

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – HABILITAÇÃO JORNALISMO**

Cristina de Azeredo Tworkowski

**COMUNICAÇÃO VISUAL E O POPULAR:
o trabalho dos pintores-letristas no cotidiano das grandes cidades**

Porto Alegre

2010

Cristina de Azeredo Tworkowski

**COMUNICAÇÃO VISUAL E O POPULAR:
o trabalho dos pintores-letristas no cotidiano das grandes cidades**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação Jornalismo.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra M. L. Pereira Gonçalves

Porto Alegre

2010

Cristina de Azeredo Tworkowski

**COMUNICAÇÃO VISUAL E O POPULAR:
o trabalho dos pintores-letristas no cotidiano das grandes cidades**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação Jornalismo.

Conceito final:

Aprovado em de de.....

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dr^a. Ana Cláudia Gruszynski – UFRGS

Prof^a. Dr^a. Cassilda Golin Costa – UFRGS

Orientadora – Prof^a. Dr^a. Sandra M. L. Pereira Gonçalves – UFRGS

AGRADECIMENTOS

Meu 'muito obrigada' ao Michel, pelo estímulo e apoio – tanto operacional quanto emocional – e à Sandra, minha orientadora, por todo seu envolvimento, atenção e paciência ao longo dos últimos meses.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo identificar, caracterizar e analisar a presença da tipografia popular no espaço da grande cidade, no caso específico de Porto Alegre e sua Região Metropolitana. O recorte analítico se dará sobre os letreiros, que são peças elaboradas de forma manual por profissionais denominados pintores-letristas. A partir de referencial teórico específico das áreas da Comunicação Visual e do Design Gráfico, bem como o auxílio de teóricos das áreas de Antropologia, Sociologia e Filosofia, buscamos compreender em tais peças, fruto de um fazer popular que ainda se faz presente na cidade contemporânea, suas intencionalidades comunicacionais e as propostas de seus autores para a realização de tal comunicação. Como resultado, encaramos esta produção enquanto influência ao design gráfico pós-moderno e às novas criações tipográficas, ou seja, enquanto possibilidade ao estabelecido.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação visual, tipografia popular, letreiros, pintores-letristas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Montagem com exemplos de Tipografia Popular	27
Figura 2: Categorias do design	35
Figura 3: Em sentido horário, três exemplos de fechamento, um de proximidade, um de similaridade e dois de boa-continuação	40
Figura 4: Peça que exemplifica a produção da Bauhaus	42
Figura 5: Diagrama de página de revista elaborado por Tschichold	43
Figura 6: O caractere tipográfico	55
Figura 7: Partes do tipo e Coordenadas	56
Figura 8: Estrutura do Tipo	56
Figura 9: Exemplos de fontes com serifa (Bodoni) e sem serifa (Univers).	57
Figura 10: Fragmento de página da Bíblia de Gutenberg.....	59
Figura 11: Pôster para a Feira de Arte da Basileia 1976/77, elaborado por Weingart	61
Figura 12: Capacete com a inscrição “Sou de Jesus não sou nada”	63
Figura 13: Letreiro pintado à mão para um atelier de costura de Porto Alegre	65
Figura 14: Letreiro pintado à mão para estabelecimento de serviços de Porto Alegre, localizado na Rua Barão do Amazonas	74
Figura 15: Letreiro pintado à mão para um estabelecimento de serviços de Canoas, localizado na Avenida Guilherme Schell.....	77
Figura 16: Letreiro pintado à mão para um estabelecimento industrial e de comércio, localizado na Rua Victor Barreto, em Canoas.....	81
Figura 17: Letreiro pintado à mão para estabelecimento comercial localizado na Avenida Bento Gonçalves, em Porto Alegre	85
Figura 18: Letreiro pintado à mão para estabelecimento de serviços de Canoas, localizado na Avenida Boqueirão	90
Figura 19: Sequência para desenho de fonte utilizada em supermercado e exemplo de letreiro de oferta	94
Figura 20: Letreiro pintado à mão para restaurante localizando na Avenida Bento Gonçalves, em Porto Alegre.....	96

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Movimento populacional brasileiro 1950-1980.	17
Tabela 2: Elementos utilizados na composição dos letrados.	99
Tabela 3: Relação das características dos textos utilizados nos letrados.	100

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 A CIDADE COMO CENÁRIO.....	14
2.1 O desenvolvimento das cidades.....	14
2.2 As cidades contemporâneas.....	19
2.2.1 As temporalidades da cidade contemporânea.....	24
2.2.2 Os pintores-letristas	26
2.3 O popular	29
3 COMUNICAÇÃO VISUAL E DESIGN GRÁFICO	33
3.1 Os designs moderno e pós-moderno.....	41
3.2 Elementos do design gráfico.....	45
3.2.1 Ponto, linha e plano	46
3.2.2 Cor e tom	47
3.2.3 Textura.....	49
3.2.4 Tamanho e hierarquia	49
3.2.5 Direção e equilíbrio	50
3.3 A tipografia e sua aplicação.....	51
3.3.1 Os elementos tipográficos	54
3.3.2 Breve histórico da tipografia	58
3.3.3 A tipografia popular	62
4 ANÁLISE DOS LETREIROS.....	71
4.1 O método	71
4.2 Os letreiros.....	73
4.2.1 Letreiro nº 1	74
4.2.2 Letreiro nº 2.....	77
4.2.3 Letreiro nº 3	81
4.2.4 Letreiro nº 4.....	85
4.2.5 Letreiro nº 5	90
4.2.6 Letreiro nº 6.....	96
4.3 Resultado da análise dos letreiros.....	99
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
6 REFERÊNCIAS	109

1 INTRODUÇÃO

Em meio a novas tecnologias para comunicação e tantos novos suportes disponíveis, perguntariam alguns por que o interesse em desenvolver um estudo sobre um meio tão arcaico e por vezes precário como o letreiro pintado à mão por pintores-letristas. A resposta está na própria pergunta, pois, paralelo ao surgimento destas novas opções ocorre o desaparecimento de outras, que caem em desuso – e assim mesmo os letreiros ainda marcam presença nas grandes cidades contemporâneas. Como pode ser isso possível? Como uma manifestação gráfica tão simplória pode sobreviver a tantas mudanças tecnológicas, continuando sua atuação no mercado gráfico de comunicação?

Estas questões demonstram primeiramente o fascínio que as peças em questão despertaram na autora ao longo da construção do trabalho, da busca por informações, da coleta de material nas ruas. Em segundo lugar, servem de norte para a discussão do mesmo, que não pretende respondê-las de forma direta, pois acreditamos que as respostas virão naturalmente, durante sua construção. Assim, o presente estudo busca identificar, caracterizar e analisar a presença da tipografia popular – e da comunicação visual como um todo – no espaço da grande cidade contemporânea, sendo seu recorte analítico os letreiros pintados à mão, vistos aqui como peças gráficas que têm como principal objetivo comunicar aos passantes a presença de um estabelecimento comercial ou de serviço, ou seja, anunciá-los, identificá-los. Elaboradas a partir de técnicas simples e artesanais por profissionais específicos – os pintores-letristas –, tais manifestações são, segundo a pesquisadora Fernanda de Abreu Cardoso (2005), uma das inúmeras expressões gráficas da cultura popular. Já o recorte espacial escolhido para a análise foi a cidade de Porto Alegre e sua Região Metropolitana, por ser onde a ideia do presente trabalho tomou forma.

O tema deste estudo surgiu durante a produção de um trabalho para a disciplina de Tipografia, ministrada na Fabico/UFRGS pela professora Ana Cláudia Gruszynski e da qual

participei em 2009. O encontro com este objeto, ou seja, letreiros produzidos pelos pintores-letristas, se deu através da observação do espaço urbano durante meu trajeto para casa no final de cada dia, momento no qual olhamos para tudo praticamente sem nada enxergar. Quando, num determinado momento, constatei a presença destas manifestações em meio a uma paisagem gráfica tão comum no meio urbano, me senti motivada a pensar que tipo de comunicação ali se efetivava, principalmente considerando a precariedade de algumas peças em comparação ao design gráfico institucionalizado que é ensinado no ambiente acadêmico e prima pela precisão e bom acabamento.

Para esta avaliação, fiz o registro fotográfico de algumas peças produzidas em Porto Alegre e região, com destaque para as vias de acesso da periferia aos bairros e também à cidade de Canoas. Durante as “saídas a campo” realizadas com o intuito de fotografar os letreiros foi possível verificar também que, enquanto a frequência de aparecimento deste tipo de letreiro era alta na periferia, por outro lado se tornava cada vez menor nas regiões centrais da cidade, anunciando, talvez, o desaparecimento deste tipo de manifestação ou localizando-a, antes de seu total desaparecimento, na periferia das grandes cidades. Não sendo ainda possível chegar a qualquer conclusão, supomos ser esta diminuição resultado da grande oferta de tecnologias para a elaboração de cartazes que existe atualmente no mercado gráfico, bem como o fácil acesso às mesmas por qualquer pessoa, especialistas ou não. Analisaremos esta questão mais detalhadamente ao longo do texto.

Para a realização daquele primeiro trabalho, foram fotografados os mais diversos letreiros encontrados pelo caminho, dos quais seis foram incluídos nesta versão. Diferentemente de seu precursor, o atual trabalho, ainda em caráter exploratório, apresenta uma análise mais aprofundada destas peças, seus elementos e influências. Além disso, avaliaremos ainda a legibilidade de cada composição, o que poderá ser observado no quarto capítulo.

Contudo, para que isso seja possível, no segundo capítulo abordaremos o contexto em que este tipo de manifestação se torna presente: a cidade contemporânea. Ao apresentarmos a visão de alguns pesquisadores do universo *cidade*, como os antropólogos Massimo Canevacci (1997) e José Guilherme Cantor Magnani (1996), buscamos entender seu desenvolvimento, bem como a relação de e com seus habitantes – ou seja, sua dinâmica – até chegarmos nos dias de hoje. Analisaremos, ainda, a relação de um mesmo espaço, a cidade, com seus múltiplos tempos ou temporalidades, que permitem a convivência das mais diversas manifestações temporais num mesmo espaço; aqui, identificaremos os protagonistas desta história, os pintores-letristas, bem como indicaremos o modo de trabalho, origem e condição desses profissionais no mundo pós-moderno.

No terceiro capítulo, trataremos da conceituação teórica da comunicação visual, seus elementos e aplicação, bem como apresentaremos um breve histórico do design gráfico e da tipografia. A partir da análise teórica e bibliográfica de autores relacionados à área – Donis A. Dondis (1997), Ellen Lupton (2006), Rafael Cardoso (2004) e Ana Cláudia Gruszynski (2007; 2008), para citar alguns – procuramos compreender como, em pleno século XXI, o trabalho dos pintores-letristas ainda resiste na cidade contemporânea, visto que, pelas técnicas e materiais que utilizam, tais profissionais podem ser considerados verdadeiros artesãos.

Na sequência, como já foi afirmado, realizaremos a análise de algumas peças através da apresentação de seis fotografias, registros recentes que exemplificam (mas não resumem) a abrangência destas manifestações no espaço determinado. Aqui, faremos uma análise quantitativa dos elementos comunicacionais utilizados pelos profissionais para a elaboração dos letreiros, bem como uma análise qualitativa de suas composições gráficas através do *sistema de leitura visual da forma* desenvolvido e trabalhado pelo designer e professor João Gomes Filho (2008). Neste ponto, objetivamos explicitar o grau de organização formal destas

peças para tentar compreender de que forma seus objetivos comunicacionais pretendem se realizar.

O quinto capítulo trará algumas considerações finais sobre o funcionamento comunicacional dos letreiros, assim como também sobre o possível futuro deste tipo de manifestação comunicacional, sua influência no chamado design pós-moderno, o crescimento do interesse de pesquisadores sobre o popular e a possibilidade de novas pesquisas a respeito deste tema.

De forma geral, a afirmação da pesquisadora Isabel Oliveira (2001), apresentada abaixo, caracteriza o ímpeto que representa este trabalho:

A cidade se origina da necessidade de contato, comunicação, organização e troca entre homens e mulheres. [...] Qualquer que seja a sua escala, a cidade é uma organização viva, dinâmica, com suas diversificadas partes em permanente interação. (OLIVEIRA, 2001, p. 1)

Por parte da autora deste trabalho, enquanto comunicadora e habitante de uma grande cidade, existe o interesse em desmembrar esta “organização viva” e compreender cada vez mais as interações existentes entre as diferentes manifestações presentes em nossas contemporâneas urbes, que apresentam cada vez mais referências e influências que podem ser utilizadas em nossas atividades inclusive para um melhor desenvolvimento da própria sociedade.

Enquanto alguns teóricos consideram o contemporâneo ou pós-moderno através da dualidade ruptura e continuidade do moderno, outros trabalham com a ideia de superação do mesmo, produzida pelo prefixo “pós”. Sem esquecer o primeiro ponto, daremos destaque ao segundo, pois acreditamos ser um aspecto observado não somente na arquitetura urbana mas também na comunicação visual e no design que as formas puras, estruturadas e equilibradas da modernidade cedem lugar às mais diversificadas formas, apresentadas através de uma

mistura de influências (RAHDE, 2006). Tal aspecto também não pode ser ignorado para o desenvolvimento deste trabalho, e teóricos como Mike Featherstone (1995; 1999), Michel de Certeau (1994) e Beatriz Sarlo (1997) nos auxiliarão a desbravar o mundo contemporâneo e suas nuances.

Antes de tudo, este estudo busca chamar a atenção para as manifestações populares e com pleno objetivo comunicacional que os letreiros aqui apresentados representam, sendo através da identificação, da classificação, da análise e/ou da divulgação destes fenômenos, que possibilitam novas pesquisas e novos aproveitamentos dessas referências na área da comunicação – como é o caso da própria tipografia popular, que está “caindo nas graças” dos pesquisadores brasileiros. Sendo um dos papéis da comunicação a análise da cultura, o popular (e dentro dele, o vernacular) não poderia ser deixado de lado. E como demonstra este estudo, material rico e vasto é o que não falta para pesquisadores interessados nas ruas das grandes cidades deste país.

Para finalizar, apresentamos a seguinte afirmação de Cláudio Ferlauto (2002), aliás, bastante pertinente ao discutirmos a tipografia popular: “Como o Brasil historicamente não tem tradição de ensino nem de projeto na área tipográfica, precisamos tirar esse atraso atualizando nossas informações e o modo de ver e usar a tipografia na vida cotidiana” (FERLAUTO, 2002, p. 125). Partindo deste princípio, outros autores também presentes neste estudo, como Dones (2004) e Finizola (2010), acreditam ser fundamental incluir no ensino de design brasileiro este capítulo essencial para o desenvolvimento da atividade, que diz respeito à parte informal e popular desta atuação. Pretendemos, com este trabalho, somar a esse universo. E que assim o seja.

2 A CIDADE COMO CENÁRIO

A fim de compreender a atuação dos pintores-letristas no cotidiano das grandes cidades, e antes de chegarmos a nosso objeto de estudo – os letreiros pintados à mão –, se faz necessário compreender, antes de tudo, o ambiente em que se manifestam. Por isso, este primeiro capítulo se propõe a abordar brevemente questões pertinentes à cidade, ou seja, seus diversos conceitos, seu desenvolvimento e seu papel no contexto comunicacional e cultural. Também será apresentada a emergência do popular, conceito fundamental para o desenvolvimento do estudo proposto. Como indicado na introdução deste estudo, autores como Beatriz Sarlo (1997), Massimo Canevacci (1997), Mike Featherstone (1995; 1999) e José Guilherme Cantor Magnani (1996), que têm a cidade e a cultura como foco de suas pesquisas, nos auxiliarão na construção do texto a seguir, compondo, ao modo da cidade, uma polifonia que esperamos bem vinda.

2.1 O DESENVOLVIMENTO DAS CIDADES

Do latim *civitas*, cidade. Definida no Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (FERREIRA, 1993) como um “complexo demográfico formado por importante concentração populacional, dada a atividades de caráter mercantil, industrial e cultural” (p. 120), para o professor e pesquisador Eduardo Duarte (2006, p. 102), a palavra cidade representa uma “macro entidade cultural de laços coesos de pressão mítico-simbólica e produtora compulsória de tecnologias”.

Segundo o autor, o centro urbano seria

como um vórtice, um ponto de concentração de forças vivas, em plena atividade, forças que se concentram mas permanecem móveis, forças que

fazem circular capital financeiro, decisões políticas, investimentos emocionais, desejos, aspirações. (idem, ibidem, p. 105)

Em um âmbito mais sociológico, não poderíamos deixar de mencionar que tal aglomeração urbana é formada por indivíduos socialmente heterogêneos que convivem entre si com os mais diversos propósitos. Para R. E. Park,

a cidade é caracterizada como uma comunidade ecológica; como um agregado e através da mútua interdependência da sua população, cria o seu próprio futuro. É uma unidade organizada externamente no espaço produzido pelas suas próprias leis. (PARK *apud* MELLOR, 1984, p. 334)

Park fez parte do grupo de estudos sociológicos conhecido como Escola de Chicago, grupo formado no departamento de sociologia da Universidade de Chicago que, após o término da Primeira Guerra Mundial, pesquisou as condições de vida naquela cidade que, segundo a socióloga J. R. Mellor, passava por uma alteração substancial, “mudando de um pequeno centro provincial para uma metrópole efervescente industrial, comercial e financeira” (MELLOR, 1984, p. 330). Naquele contexto, Park desenvolveu suas pesquisas sobre a *ecologia humana*, conceito formulado por ele e referente a uma ordem natural para a existência humana, baseado na ecologia das plantas e dos animais. Segundo o pesquisador R. McKenzie, ocorreriam na comunidade ecológica “os mesmos processos de competição e acomodação [que] estão a trabalhar no sentido de determinar o tamanho e a organização ecológica da comunidade humana” (MCKENZIE *apud* MELLOR, 1984, p. 331). Muito interessante a relação apresentada por Park quando de seus trabalhos sobre a cidade:

É [a] estrutura da cidade que primeiro nos impressiona pela sua vastidão e complexidade visíveis. Mas esta estrutura tem a sua base, no entanto, na natureza humana, de que é uma expressão. Por outro lado, esta vasta organização, que se tem levantado em resposta às necessidades dos seus

habitantes, uma vez formada, impõem-se sobre elas como um facto cru, externo e forma-as, por seu turno, de acordo com o desígnio e interesses que incorpora. (PARK *apud* MELLOR, 1984, p. 327)

Como afirmou Park, as cidades se formam a partir das necessidades de seus habitantes. Não muito distante desta linha, Duarte (2006) trabalha com o conceito de desejo de cidade, o qual apresentamos a seguir.

O desejo de ser cidade começou quando o homem passou de nômade a sedentário, aproximadamente há dez mil anos, quando da necessidade de armazenar excedentes para troca ou para suprimentos na estiagem. Com a sedentarização cresceu a natalidade das famílias e a agricultura tornou-se mais eficiente que a caça-coleta para a manutenção dos grupos. A explosão populacional tornou-se inevitável. [...] Os povoados se estenderam, criando-se as cidades. (DUARTE, 2006, p. 102)

Apesar da origem em comum, o desenvolvimento das cidades, porém, não se deu de modo uniforme: sua dinâmica variou e varia ainda hoje de acordo com cada país ou região. No Brasil, foi durante o século XX que grande parte das cidades se desenvolveu. Tal desenvolvimento ocorreu de forma acelerada, principalmente a partir da segunda metade do século, momento em que ocorre no país, segundo o historiador A. Souto Maior (1967), grande migração de habitantes da área rural para a urbana. A industrialização foi um dos fatores primordiais para tal êxodo, já que “a instalação de novas indústrias atraiu considerável contingente populacional do interior” (MAIOR, 1967, p. 417). Baseado em Arruda e Piletti (1996), a tabela abaixo representa o movimento do contingente populacional brasileiro entre os anos 1950 e 1980.

ANO	POPULAÇÃO URBANA	POPULAÇÃO RURAL
1950	36%	64%
1960	45%	55%
1970	56%	44%
1980	66%	34%

Tabela 1: Movimento populacional brasileiro 1950-1980. Fonte: Arruda e Piletti, 1996, p. 320 (adaptado).

Com a intensificação da urbanização e o crescimento populacional dos centros urbanos, grandes cidades como, por exemplo, Rio de Janeiro e São Paulo, a nível nacional, e Curitiba e Porto Alegre, na Região Sul do país, passaram a ser denominadas metrópoles, dada sua importância econômica e cultural, seja local, regional ou nacionalmente. Com a expansão das metrópoles brasileiras, estas tiveram intensificadas as subdivisões de seu território, quais sejam *centro e periferia*. Segundo a pesquisadora Isabel Oliveira, em seu *Estatuto da cidade: para compreender* (2001), a divisão entre estes dois espaços se forma com a expulsão da população pobre das áreas centrais, o que acaba acarretando a marginalização de parte de seus habitantes, que ficam restritos a determinadas áreas e atividades. Com isso, então, sua atuação na cidade se torna limitada, tanto economicamente – atuação profissional – quanto socialmente – lazer, convívio etc.

De certa forma, tal marginalização pode ser positiva, pois, grosso modo, possibilita a diversificação de experiências e realidades num determinado ambiente. Segundo o pesquisador colombiano Armando Silva (2001), em seu estudo sobre imaginários urbanos, “em cada cidade vários tipos de cenários sociais e estéticos serão feitos segundo os seus habitantes; segundo as suas condições econômicas, segundo a sua etnia, segundo a sua educação” (SILVA, 2001, p. 29). Da mesma forma, Mellor (1984) afirma que “nenhuma grande cidade é uma massa indiferenciada, mas um grupo reconhecível de arredores distinguíveis não só pela sua aparência física, mas pela composição da sua população e pela sua reputação” (MELLOR, 1984, p. 342). Ainda segundo Silva (2001), isso significa que “os

territórios podem manifestar-se com diferentes matérias expressivas [...]. Pode-se igualmente reconhecer extratos sociais, ou origem citadina e regional ou formação acadêmica e nível ‘cultural’” (SILVA, 2001, p. 34).

A partir do final do século XX, depois de certa incerteza e até mesmo desconfiança com relação à globalização – que num primeiro momento, segundo alguns teóricos da área, significava simplesmente a “americanização” das culturas locais e a consequente perda de identidades –, o mesmo movimento passou a ser visto majoritariamente como incentivador da diversidade cultural. Essa diversidade, difundida principalmente pelos meios audiovisuais (THOMPSON, 1998), possibilita que os atores sociais ampliem seus horizontes e agreguem informações, o que significa não ficarem mais restritos a suas tradições. De acordo com o sociólogo John Thompson (1998),

cada vez mais os indivíduos preferem buscar informação e conteúdo simbólico em outras fontes do que nas pessoas com quem interagem diretamente no dia-a-dia. A criação e a renovação das tradições são processos que se tornam sempre mais interligados ao intercâmbio simbólico mediado. (idem, *ibidem*, p. 82)

Deste modo, em um nível local, surge uma aproximação entre o centro e a periferia (o que está à margem), gerando um interessante e importante processo de troca. A este fenômeno, Armando Silva (2001, p. 25) chamou de fluxo social da cidade. Desta forma, muitas atividades desenvolvidas em uma ou outra parte da metrópole viriam reivindicar espaço em toda a cidade, como o grafite, por exemplo. Com a influência da televisão e, mais recentemente, da Internet, essa aproximação se torna cada vez mais facilitada.

Enquanto nas mais antigas sociedades as ações e suas consequências eram geralmente restritas aos contextos de interação face a face e às suas circunvizinhanças, hoje é comum ver os indivíduos orientarem suas ações

para outros que não partilham o mesmo ambiente espaço-temporal, e com consequências que ultrapassam de muito os limites de seus contextos e localizações. (THOMPSON, 1998, p. 92)

A partir disso, podemos afirmar que o espaço urbano se caracteriza por uma mesclagem de diferentes possibilidades, as quais compõem sua subjetividade. É no que acreditam os pesquisadores Bruno Martins e Paulo Ferreira Vaz (2006), conforme citação apresentada a seguir.

O espaço cotidiano é ao mesmo tempo renegado e privilegiado, e é justamente em sua transitoriedade que ele preserva um caráter libertário. Seus espaços de passagem, travestidos pelo anonimato, constituem-se como não-lugares em que os sujeitos se inscrevem, utilizando-se de uma “astúcia de caçadores”. (MARTINS; VAZ, 2006, p. 154)

2.2 AS CIDADES CONTEMPORÂNEAS

Depois de serem, por muito tempo, chamadas *modernas*, conforme denominação utilizada no último século para designar aquilo que faz parte “dos tempos atuais ou mais próximos de nós” (FERREIRA, 1993, p. 368), as metrópoles passaram a ser classificadas por *contemporâneas* ou *pós-modernas* com o advento do século XXI. Entende-se por contemporâneo “que ou aquele que é do mesmo tempo ou do nosso tempo” (idem, ibidem, p. 142).

Para o antropólogo Jonathan Friedman, o pós-modernismo seria “um fenômeno puramente cultural que expressa uma evolução da sociedade capitalista ocidental” (FRIEDMAN, 1999, p. 329). Mike Featherstone (1999), sociólogo inglês, destaca no pós-modernismo aquilo que já falamos anteriormente com relação à globalização, ou seja, que

o pós-modernismo é ao mesmo tempo um símbolo e uma poderosa imagem cultural do desvio da conceptualização da cultura global, menos em termos dos alegados processos de homogeneização [...] e mais em termos de diversidade, de variedade e de riqueza dos discursos populares e locais, dos códigos e das práticas que resistem e produzem a sistematização e a ordem” (FEATHERSTONE, 1999, p. 8)

Justamente, uma das características determinantes das metrópoles contemporâneas é a completa mistura de influências e movimentos que o cenário urbano nos proporciona. Nas palavras do antropólogo e professor da Universidade de São Paulo, José Guilherme Magnani (1996),

trata-se de uma metrópole, com suas mazelas e também com os arranjos que os moradores fazem para nela viver (ou sobreviver), combinando o antigo e o moderno, o conhecido e a novidade, o tradicional e a vanguarda, a periferia e o centro. (MAGNANI, 1996, p. 3)

De acordo com Magnani (1996), “basta uma caminhada pelos grandes centros urbanos e logo entra-se em contato com uma imensa diversidade de personagens, comportamentos, hábitos, crenças, valores” (idem, ibidem, p. 3). Pelo contexto que apresenta, toda metrópole seria então um espaço privilegiado, “dada a riqueza de suas tradições culturais, a variedade de seus modos de vida, e, por conseguinte, a infinita possibilidade de trocas e contatos que propicia” (idem, ibidem, p.3).

Essa diversidade cultural pode ser observada inclusive no desenho das cidades, a partir da junção de elementos antigos e recentes, locais e estrangeiros: casas e prédios, ruas e calçadas, postes e antenas, placas de sinalização e outdoors. Assim, segundo a arquiteta e pesquisadora italiana Lidia Decandia (2003), não é possível representar a cidade com uma forma unitária e coerente, pois “aquilo que conta não é mais o centro de controle cartesiano,

mas as infinitas relações, as maneiras pelas quais as coisas influenciam umas às outras, seus contrastes e uniões” (DECANTIA, 2003, p. 191). A partir daí, o desenho da cidade não pode mais ser pensado pelos seus executores – artistas, arquitetos, engenheiros, designers, paisagistas – sem que estes considerem para tal as diversas contribuições – favoráveis ou não – do cotidiano urbano, ou seja, sua diversidade. Ainda segundo a autora, é com a contemporaneidade que

o espaço geométrico euclidiano das linhas, pontos e superfícies é substancialmente colocado em discussão: as relações entre os diversos pontos do espaço, não mais confiadas a alguns canais privilegiados, rearticulam-se segundo uma extrema variedade de modos possíveis, através de correlações recíprocas não simétricas. (idem, ibidem, p. 188)

Relacionado a isso, Maria Beatriz Furtado Rahde, pesquisadora da PUCRS, observa em seu ensaio *Comunicação visual e imaginários culturais iconográficos do contemporâneo* (2006) que a diversidade predomina nas manifestações iconográficas contemporâneas, visto que,

observando a iconografia assim como a paisagem urbana contemporânea que nos cerca podemos perceber a ação do sujeito numa aceitação da mestiçagem de estilos e de formas, o que não era possível de conceber no conceito de formas puras, claras e estruturadas da modernidade. A idéia do *less is more* parece estar desaparecendo e o excesso, a ambigüidade, a polivalência estão em crescimento no momento vivenciado. (RAHDE, 2006, p 10)

Somando ao que já afirmamos sobre o tema, em seu livro *A cidade polifônica* (1997) o antropólogo italiano Massimo Canevacci trabalha com o conceito de polifonia para definir a condição da cidade de São Paulo; segundo o autor, seria bastante vasta a “multiplicidade de ritmos que atravessam como correntes não só os espaços urbanos, mas também os espaços comportamentais e psicológicos das pessoas” (CANEVACCI, 1997, p. 9) que vivem ou

visitavam aquela metrópole. A impressão de Canevacci ao analisar o ambiente urbano naquele contexto foi de que “a cidade apresentava-se como uma mistura de estilos, um imbricado de signos, um congestionamento de tráfegos. [...] Tudo era permitido e podia coexistir lado a lado.” (idem, ibidem p. 9-10). Para ele, o conceito ideal, capaz de definir o fenômeno São Paulo, seria “cidade *patchwork*” (idem, ibidem, p. 10), ou seja, aquela “que se comunica com vozes diversas e todas copresentes [...] Misturas imprevisíveis e casuais entre níveis racionais, perceptivos e emotivos, como unicamente a forma-cidade sabe conjugar” (idem, ibidem, p. 15-16).

Para compreender o fenômeno urbano contemporâneo, Canevacci (1997) acredita que basta exercitar o olhar, o que é não só possível como também bastante propício em nossas metrópoles, já que, também segundo o autor, a vida na metrópole, por si só, possibilita o desenvolvimento de uma sensibilidade visual extrema. Ainda sobre o tema, Canevacci (1997) afirma ser o olhar o “instrumento prioritário de percepção e de capacidade cognitiva [...] que deve ser refinado e utilizado [...]. Saber olhar já é um momento fundamental da interpretação” (idem, ibidem, p. 252-153).

Segundo o filósofo Nelson Brissac Peixoto (2002), entretanto, além de modificar o modo de ser da cidade, a contemporaneidade modificou também os modos de ser e de ver de seus habitantes, isso é, sua relação com a própria cidade. Isso se deu a partir das mudanças ocorridas não só na estrutura urbana da cidade mas também nos meios de comunicação e transporte, pois a velocidade e a informatização

transformam por completo o perfil das grandes cidades e portanto a nossa experiência e nossa maneira de ver. O indivíduo contemporâneo é em primeiro lugar um passageiro metropolitano: em permanente movimento, cada vez para mais longe, cada vez mais rápido. Esta crescente *velocidade* determinaria não só o olhar mas sobretudo o modo pelo qual a própria cidade, e todas as outras coisas, se apresentam a nós. (PEIXOTO, 2002, p. 361)

Assim, quanto maior a velocidade com que trafega o indivíduo pela cidade, mais seu espaço é visto por ele de forma irreal; suas construções, distorcidas. Para Peixoto (2002), esta cidade do movimento nos apresenta uma arquitetura sem espessura, onde “a construção tende a virar só fachada, painel liso onde são fixados inscrições e elementos decorativos, para serem vistos por quem passa correndo pela auto-estrada” (idem, ibidem, p. 362). De certa forma, isto acaba resultando na superficialização dos prédios, que passam a ser todos iguais por trás de suas fachadas.

Da mesma forma pensa o sociólogo e jornalista Ciro Marcondes Filho, que apresenta em seu livro *Sociedade Tecnológica* (2007) o que definiu como a *desertificação das cidades*, fenômeno em que a publicidade desempenha forte papel ao transformar a arquitetura, de testemunha do passado e da vida física da cidade, em simples espaço de veiculação publicitária. Assim, “os luminosos e outdoors praticamente se sobrepõem a cada um desses edifícios, negando-os, anulando-os. A construção de fachadas comerciais amplas, que terminam apenas na delimitação com o céu, demonstra-o bem: negação do rosto destes mesmos prédios” (MARCONDES FILHO, 2004, p. 59).

Com relação a isso, Brissac Peixoto (2002) parece demonstrar certa nostalgia ao comparar a cidade contemporânea com a tradicional. “As cidades tradicionais, ao contrário, eram feitas para serem vistas de perto, por alguém que andava devagar e podia observar os detalhes das coisas”. (idem, ibidem, p. 361). O *flâneur*, por exemplo, poderia fazê-lo com certa facilidade:

O caminhar lento surgiu na filosofia e na poesia com a figura do *flâneur*. Personagem do final do século XIX, era o indivíduo que vivia na rua como se estivesse em casa, fazendo dos cafés a sua sala de visitas e das bancas de jornal a sua biblioteca. Este homem ainda podia se pretender um olhar capaz de captar as coisas como elas eram. (idem, ibidem, p. 362)

Também os pesquisadores Bruno Martins e Paulo Ferreira Vaz (2006), em seu estudo sobre tipografia nos centros urbanos, retratam o mesmo aspecto do cotidiano. Segundo os autores,

na cidade contemporânea onde os muros invisíveis e a velocidade das redes aprisionam e impõem ritmos acelerados à percepção, o caminhar desinteressado do *flâneur* não parece mais ser possível. [...] Em meio à saturação e homogeneização do espaço urbano, subsistem, no entanto, vestígios de vozes, formas de apropriação (e de reapropriação) desse espaço que resistem às regras que os constituem. (MARTINS; VAZ, 2006, p. 149)

Tais “vozes” que destoam no ambiente, aos quais se referem os pesquisadores, se tornam possíveis graças a um certo tipo de convivência de temporalidades diferentes num mesmo espaço, tema que abordaremos a seguir. Segundo Raymond Williams, citado pelo filósofo espanhol Martín-Barbero (MARTÍN-BARBERO, 1995), em toda sociedade convivem formações culturais arcaicas que celebram o passado que já não tem a ver com o presente e, com base nessa premissa, Martín-Barbero (1995) destaca, por sua vez, a existência de uma co-presença de temporalidades heterogênea.

2.2.1 AS TEMPORALIDADES DA CIDADE CONTEMPORÂNEA

Afirmamos acima que a contemporaneidade possibilita que, nas cidades atuais, elementos novos e antigos, gastos e preservados façam parte de um mesmo espaço sem causar estranhamento. Entretanto, apesar de ocuparem o mesmo espaço, esses diversos elementos continuam sendo de tempos diferentes, concebidos em momentos distintos. E isso nos permite dizer que em uma única cidade como Porto Alegre, por exemplo, existam, ao mesmo tempo,

diferentes temporalidades. Desta forma, as cidades se construiriam no tempo, seriam a soma desses tempos na ocupação do espaço. Segundo Eduardo Duarte (2006),

quanto mais urbanidade na vida de uma cidade, maior o acúmulo de diferentes temporalidades em diferentes espaços. [...] Algumas antigas construções se misturam com novas, bairros antigos restaurados dão o sinal de uma temporalidade, marcam a existência daquele tempo no acúmulo dos múltiplos tempos do crescimento das grandes cidades. (DUARTE, 2006, p. 106)

Não nos limitando apenas à estrutura urbana e suas construções, mas pensando também nas atividades desenvolvidas na cidade contemporânea, é possível encontrar nessa cidade também uma diversidade muito grande de profissões ou ofícios, pois segundo Featherstone (1995, p. 172), “no plano das experiências culturais cotidianas, o pós-modernismo implica a transformação da realidade em imagens e a fragmentação do tempo numa série de presentes perpétuos”. Assim, o paisagista, o publicitário e o analista de sistemas, bem como o ferreiro, o sapateiro, a costureira e o engraxate compartilham o mesmo espaço público, as ruas, a política – mesmo que estejam separados, na maior parte das vezes, por razões sociais e econômicas.

Ao relacionarmos tais profissionais, chamamos a atenção para a presença de profissões ou ofícios que fazem parte de diferentes tempos, ou seja, compõem diferentes temporalidades em nossas metrópoles. Profissões que nasceram no século XX *versus* ofícios seculares. É verdade que existe espaço para todos no mundo contemporâneo, mas há momentos em que uma prática perde *status* para outra, mais atual. É o caso dos pintores-letristas, que ocupam um espaço cada vez mais à margem nas grandes cidades.

2.2.2 OS PINTORES-LETRISTAS

Os pintores-letristas são profissionais que elaboram, de forma quase artesanal, letreiros pintados à mão para as fachadas de estabelecimentos comerciais ou de serviços com o intuito de informar, de divulgar e/ou de anunciar a presença dos mesmos no espaço urbano. Segundo estudo de Fernanda Cardoso (2005), os pintores-letristas fazem parte da categoria dos trabalhadores informais, que normalmente trabalham por sua sobrevivência, na falta de uma ocupação formal.

Sem formação acadêmica em comunicação ou *design*, estes profissionais compõem peças gráficas simples, pintadas diretamente em paredes e muros, a partir de conhecimentos empíricos, criatividade e inspiração, visto que não seguem nenhum tipo de regra ou norma que determine seu estilo ou posicionamento no espaço. Geralmente aprimoram seu trabalho através da prática e da observação da prática de outros profissionais, muitas vezes na condição de aprendizes (CARDOSO, 2005).

O pintor-letrista é responsável por todas as etapas da produção do letreiro, desde o planejamento até sua execução. Normalmente trabalha por indicação e tem qualificação, remuneração e estabilidade baixas. Além disso, seu trabalho, composto por composições únicas e exclusivas, costuma ser menos valorizado do que o trabalho institucionalizado, muitas vezes reproduzível. Mesmo que este trabalhador venha a ser considerado, por vezes, um artista em seu meio, sua produção é classificada como não-institucionalizada, ficando à margem da produção das agências gráficas. Antes da institucionalização do design gráfico enquanto atividade, porém, os profissionais marginais de hoje eram os verdadeiros conhecedores do desenho de letras e responsáveis pela composição de letreiros, placas e cartazes utilizados para publicidade.

De acordo com Bruno Martins (2007), pode-se classificar este trabalho como tipografia popular, também chamada tipografia vernacular, visto ser composto por “letras

produzidas manualmente [e] que surgem em qualquer local onde exista uma demanda de comunicação” (MARTINS, 2007, p. 20). Esse tipo de mensagem pública está presente na paisagem da cidade contemporânea, onde compartilha o espaço urbano com outros elementos e tendências, como a propaganda, o grafite, a pichação, as placas de sinalização, etc. Por ser feita, na maioria das vezes, por mãos anônimas, é quase sempre desconsiderada, mas inevitavelmente vista por todos, anunciando aos passantes a presença de tais estabelecimentos.



Figura 1: Montagem com exemplos de Tipografia Popular. Fonte: arquivo da autora.

Considerando sua presença na cidade contemporânea, é preciso destacar um aspecto relevante com relação ao trabalho dos pintores-letristas, que é o fato de os letreiros serem elaborados por seus autores de forma a respeitar os limites das fachadas, ou seja, sem modificar suas formas arquitetônicas nem escondê-las. Isso vem de encontro ao fenômeno de desertificação das cidades, apontado por *Ciro Marcondes Filho* (2007) e já mencionado neste capítulo, em que algumas placas e cartazes, majoritariamente de caráter publicitário, são fixados nos prédios sem acompanhar os traços arquitetônicos presentes na construção, muitas

vezes anulando-os; os letreiros, por outro lado, por serem simplesmente pintados à mão na própria fachada, obedecem aos limites de espaço impostos por sua superfície.

Por razões sociais e econômicas, o trabalho dos pintores-letristas tem forte presença nas periferias, mas percebe-se que está diminuindo nos grandes centros. Isso se deve, basicamente, à proliferação de placas, faixas e banners produzidos de maneira industrial e baseados em tecnologias digitais, que estão cada vez mais ao alcance do cidadão comum. O trabalho artesanal e, muitas vezes, precário daqueles profissionais acaba por perder espaço para o produto destas novas tecnologias, que oferecem a precisão, o bom-acabamento e a reprodutibilidade das mensagens em larga escala.

É interessante apontar uma tendência que se observa principalmente em fachadas de bares e lancherias das grandes cidades que consiste na substituição de letreiros próprios por placas patrocinadas por marcas de bebida. Esta mudança começa a ser percebida nos locais de aglomeração deste tipo de estabelecimento – lugares de uso cotidiano, como vias de acesso, rodoviárias e praças de baldeação –, onde tem início certo processo de padronização das fachadas por parte de algumas empresas do setor. Tal estilização se mostra insensível aos resultados que ocasionam, qual sejam: a perda da originalidade e da identidade do local, bem como contribui para a diminuição do trabalho dos pintores-letristas no âmbito urbano.

Com a interferência destes fatores, os pintores-letristas são responsáveis por manter vivo um tempo que, aos poucos, se perde no atual, pois, como já afirmamos, o letreiro pintado à mão dá lugar, cada vez mais, ao banners impresso (independente de sua natureza). Mas apesar disso, tal manifestação ainda sobrevive em contextos específicos, entre outras temporalidades. Como afirmaram Martins e Vaz, “quando os usuários-inventores fazem ver suas táticas, algo antes silencioso pode ser ouvido, reverberando nos corpos dos leitores-passantes” (MARTINS; VAZ, 2006, p. 157), e isso se torna válido quando percebemos que

estes trabalhadores representam o diferente em meio ao igual, o original em meio ao banal.

Afinal,

é o homem ordinário que promove o desvio da voz para fora dos lugares de controle, desprendendo a linguagem de suas funções metafísicas ou especialistas para devolvê-la ao cotidiano. O ordinário não é um homem ludibriado, cujo destino e decisões são subjugadas pela tecnocracia. Ele aparece como aquele que produz sua linguagem, que tece sua escritura, alguém que, diante do estilhaçamento das tradições, constitui-se em um espaço transitório, móvel. (idem, *ibidem*, p. 154)

2.3 O POPULAR

Sua definição mais simples consta no Dicionário Aurélio e diz respeito àquilo “do, ou próprio do povo, ou feito por ele” (FERREIRA, 1993, p. 432). Indo um pouco além, *popular* pode significar também tudo aquilo simpático ao povo ou ainda vulgar, trivial (*idem, ibidem*). Já Martins e Vaz (2006), ao realizarem seu estudo sobre a tipografia no contexto das grandes cidades, trabalharam a partir do conceito do popular anteriormente definido pelo historiador francês Michel de Certeau (1994).

O popular se relaciona com grupos de excluídos que jogam sutilmente com a ordem estabelecida, utilizando-se de uma astúcia que subverte sem deixar de concordar – suas acrobacias se baseiam em *maneiras de fazer e desfazer*. Como escreveu Certeau, muito mais do que a repetição ou a manutenção de uma tradição, o popular é um processo de apropriação constante, no qual o saber e o agir são indissociáveis. (MARTINS; VAZ, 2006, p. 153)

É em seu livro *A invenção do cotidiano* (1994) que Certeau trabalha com o conceito de *artes de fazer*, ou seja, o *saber-fazer popular*.

A “cultura popular” se [...] formula essencialmente em “artes de fazer” isto ou aquilo, isto é, em consumos combinatórios e utilitários. Essas práticas colocam em jogo uma *ratio* “popular”, uma maneira de pensar investida numa maneira de agir, uma arte de combinar indissociável de uma arte de utilizar. (CERTEAU, 1994, p. 42)

Assim, a partir do que foi apresentado por Certeau (1994) e Martins e Vaz (2006), pode-se afirmar que estes consumos acabam por estabelecer novas formas de empregar os produtos que, por exemplo, são impostos à população por fontes oficiais; munidos de criatividade, os indivíduos realizam com eles verdadeiras bricolagens. Desta forma, ao combinar diferentes possibilidades, o popular se apropria de diferentes elementos: tradicionais, locais, estrangeiros, informais, institucionalizados, etc. Tal tática pode implicar um duplo processo, por vezes conflituoso, pois segundo Martins e Vaz (2006) estas apropriações causam uma tensão natural entre o popular e o não-popular – o que é legitimado por instituições – num “movimento de conter e resistir, de manter a tradição e subvertê-la (MARTINS; VAZ, 2006, p. 152).

Soma-se, ainda sobre a questão, a visão de Beatriz Sarlo (1997), crítica literária e cultural argentina para quem não existem culturas descontaminadas, pois

com a aquisição de saberes que desconheciam e que não pertenciam naturalmente a seu mundo mais imediato, os setores populares não se adequavam como robôs aos conteúdos de uma cultura dominante, mas também recortavam, colavam, costuravam, fragmentavam e reciclavam [...] por isso, a questão das culturas populares e sua sempre relativa autonomia passa pelos elementos que entram em cada momento da mescla. Tudo depende das operações que os setores populares estejam em condições de fazer a partir da mescla cultural. (SARLO, 1997, p. 118)

Para Certeau (1994), o popular não pode ser renegado, pois é parte integrante de nosso mundo contemporâneo. Nas palavras do autor, “não é possível prender no passado, nas zonas

rurais ou nos primitivos os modelos operatórios de uma cultura popular. Eles existem no coração das praças-fortes da economia contemporânea” (CERTEAU, 1994, p. 87). E segue o historiador sobre as *artes de fazer*:

Aqui ainda subsiste um “saber”, mas sem o seu aparelho técnico. [...] esse resto, abandonado pela colonização tecnológica, adquire valor de atividade “privada”, carrega-se com investimentos simbólicos relativos à vida cotidiana, funciona sob o signo das particularidades coletivas ou individuais, torna-se em suma a memória ao mesmo tempo legendária e ativa daquilo que se mantém à margem ou no interstício das ortopraxias científicas ou culturais. (idem, ibidem, p. 141-142)

Mike Featherstone, em sua obra *Cultura de consumo e pós-modernismo* (1995), observou que, originalmente, existem dois sentidos para cultura: o primeiro, relacionado a modo de vida, no âmbito antropológico; já o segundo sentido seria correspondente às artes e produtos culturais elevados, a chamada alta-cultura. Segundo o autor, porém, atualmente não podemos demarcar tais limites, pois, com o pós-modernismo, o popular encontra espaço em meio à cultura.

Está se verificando um embaçamento das fronteiras entre esses dois sentidos de cultura, o que teria estendido a série de fenômenos designados como “culturais” para além das artes (alta-cultura), incluindo um amplo espectro de culturas populares e cotidianas, nas quais praticamente todo objeto ou experiência pode ser considerado de interesse cultural. (FEATHERSTONE, 1995, p. 135)

Nesse sentido, a produção desses pintores-letristas, ao se encontrar no popular, se insere também no âmbito cultural, o que não pode ser ignorado. Apesar disso, o interesse que desperta, como afirma Sarlo (1997), pode ser contemporâneo ao momento do seu desaparecimento. Segundo a autora, “antropólogos, historiadores, sociólogos, críticos,

estudam algo que praticamente não existe mais, tal como existiu num passado não muito remoto” (SARLO, 1997, p. 101). E assim o é o presente trabalho, que busca, antes de tudo, analisar este fenômeno e suas implicações tal como se apresentam na contemporaneidade, sem esquecer que enfrentam, então, sua decadência.

No próximo capítulo, apresentaremos as definições técnicas acerca do design gráfico institucionalizado e seus elementos constituintes, bem como da própria tipografia, a partir da revisão de autores como Rafael Cardoso (2004), Ana Gruszynski (2007; 2008) e Bruno Munari (1997) que, antes de tudo, pesquisam e analisam a comunicação visual. Com isso, procuramos construir uma base para a discussão da intenção comunicacional dos letreiros elaborados pelos pintores-letristas, dos quais analisaremos alguns exemplares ainda mais à frente, com o objetivo de tentar compreender seu funcionamento.

3 COMUNICAÇÃO VISUAL E DESIGN GRÁFICO

Começamos este capítulo com a seguinte citação de Bruno Munari, retirada de sua obra *Design e Comunicação Visual* (1997, p. 87): “praticamente tudo o que os nossos olhos vêem é comunicação visual; uma nuvem, uma flor, um desenho técnico [...]. Imagens que, como todas as outras, têm um valor diferente segundo o contexto em que estão inseridas, dando informações diferentes”. No entanto, segundo o autor, podemos distinguir as mensagens que caracterizam uma comunicação intencional (que pode ser ainda estética ou prática, de acordo com a nomenclatura de Munari) daquelas que constituem uma comunicação casual. O design se enquadraria no primeiro caso.

Do latim *designare*, que significa designar ou desenhar, na língua inglesa a palavra *design* remete a plano, intenção, ou ainda a configuração, estrutura, arranjo (GRUSZYNSKI, 2007). Para Wilton Azevedo (1998), design “quer dizer projetar, compor visualmente ou colocar em prática um plano intencional” (AZEVEDO, 1998, p. 9).

Historicamente, o vocábulo dá nome a processos ao mesmo tempo técnicos e criativos, utilizados para projetar objetos, artefatos, etc. (verbo *design*), ou ainda o resultado disso (substantivo *design*), e está relacionado a diversas atividades, entre elas design de produto, design de moda, design de interiores e design gráfico, que é o que nos interessa neste estudo e do qual falaremos a seguir.

Segundo Rafael Cardoso (2004), o design é definido de forma tradicional como “a elaboração de projetos para a produção em série de objetos por meios mecânicos” (CARDOSO, 2004, p. 15). Como afirmou o professor e pesquisador José Ferreira Júnior (2003), é necessário entender o design como fruto da industrialização e conseqüentemente da urbanização (como de fato o foi), para assim compreender sua atuação.

De forma um pouco mais subjetiva, a palavra design exprime uma conexão interna entre técnica e arte, segundo o filósofo Vilém Flusser (2007). Ainda de acordo com o autor, “design significa aproximadamente aquele lugar em que arte e técnica [...] caminham juntas, com pesos equivalentes, tornando possível uma nova forma de cultura” (FLUSSER, 2007, p. 183-184).

De acordo com a designer Lucy Niemeyer (1998), em sua obra sobre as origens e a instalação do design no Brasil, a atividade de *industrial design* começou a ser referida no país, na década de 1950, pela expressão *desenho industrial*. Segundo a autora, a tradução é inadequada, “pois contrariou o significado original de *design*, e fez prevalecer para o desenho industrial a conotação de habilidade de representar graficamente à de projetar” (NIEMEYER, 1998, p. 26). De qualquer forma, prevalece o termo em inglês ao se referir à profissão, apesar de *desenho industrial* ser referente ainda hoje ao curso superior de algumas universidades do país.

Partindo dessas observações, podemos definir *design gráfico*, segundo Ferreira Júnior (2003), como a área de produção dos signos visuais. Para o arquiteto e designer Cláudio Ferlauto (2002), esta atividade surgiu de forma espontânea, como uma resposta “às questões da comunicação humana do século XX. Das exigências da realidade industrial surgiram as primeiras embalagens para proteger e transportar alimentos para as cidades, os primeiros anúncios, os primeiros jornais etc.” (FERLAUTO, 2002, p. 57).

Para uma melhor compreensão da nomenclatura utilizada na atividade e também de sua estrutura teórica, apresentamos abaixo um diagrama elaborado pelo designer gráfico e professor André Villas-Boas (2001). Nesta estrutura, o autor define as categorias relacionadas ao design, ao design gráfico e à comunicação visual, invalidando as nomenclaturas por ele consideradas mal-utilizadas.



Figura 2: Categorias do design. Fonte: Villas-Boas, 2001, p. 41.

Assim como Niemeyer (1998), Azevedo (1998) e Cardoso (2004), por exemplo, que destacam no design a habilidade de projetar, Villas-Boas afirma em seu livro *O que é [e o que nunca foi] design gráfico* (2001), a importância do projeto para a realização do design gráfico, que acaba não existindo sem a elaboração do mesmo. De forma geral, este aspecto é um dos mais destacados por diversos teóricos da área como fundamental para a atividade do design, pois seria através do projeto que o profissional materializaria as suas idéias.

Villas-Boas apresenta na mesma obra o que chamou de definição-síntese do design gráfico, mas ressalva que esta definição não é absolutamente precisa:

design gráfico se refere à área de conhecimento e à prática profissional específicas relativas ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não-textuais que compõem peças gráficas destinadas à reprodução com objetivo expressamente comunicacional. (VILLAS-BOAS, 2001, p. 7)

Também Rodolfo Fuentes, designer gráfico e professor uruguaio, afirma em sua obra *A prática do design gráfico: uma metodologia criativa* (2006) que a razão de ser da atividade é a comunicação. Segundo o autor, “não se deve esquecer nunca que o design é uma disciplina da comunicação. Não é arte: é veículo” (FUENTES, 2006, p. 114). Da mesma forma, para a professora e pesquisadora da UFRGS Ana Cláudia Gruszynski, *design gráfico*

denomina uma práxis que “visa ao desenvolvimento de projetos com fins comunicacionais e que se utiliza da impressão como processo reprodutivo” (GRUSZYNSKI, 2007, p. 25). Tal atividade compõe, segundo a autora, peças gráficas compostas por fotos, ilustrações, textos ou elementos tipográficos, de forma institucionalizada, a partir de regras e convenções estipuladas no ambiente acadêmico ou ainda nas agências gráficas.

Para Villas-Boas (2001), a definição de um objeto de design gráfico diz respeito a e depende de quatro aspectos básicos, que são os seguintes: aspectos formais, funcionais-objetivos ou funcionais, metodológicos e aspectos funcionais-subjetivos ou simbólicos. Segundo o autor, só é considerado design gráfico aquele objeto que responder a estas quatro delimitações. Abaixo, apresentamos algumas definições do autor, que auxiliam na compreensão da questão:

- a) os aspectos formais dizem respeito ao “conjunto de elementos visuais – textuais e/ou não-textuais – reunidos numa determinada área preponderantemente bidimensional e que resulta exatamente da relação entre estes elementos” (VILLAS-BOAS, 2001, p. 11);
- b) já sobre os aspectos funcionais, são considerados design gráfico todos aqueles projetos gráficos que têm como fim comunicar, através da relação de elementos acima citada, uma dada mensagem ao observador;
- c) com relação aos aspectos metodológicos, o autor considera que seja necessário à atividade “uma metodologia específica através da qual o profissional tenha controle das variáveis envolvidas no projeto e faça opção expressa entre alternativas de consecução, a partir de testagens” (idem *ibidem*, p. 15). Segundo o autor, esta metodologia se resumiria ao trinômio problematização, concepção e especificação;
- d) por fim, os aspectos simbólicos são, segundo o autor, mais sutis, e dizem respeito à função subjetiva que uma peça de design gráfico tem junto ao usuário, “que a

contextualiza historicamente como fruto de uma prática e objeto de uma disciplina específicas e a distingue do design informacional e das práticas estritamente estéticas” (idem, *ibidem*, p. 23).

Ainda segundo Villas-Boas (2001), existe outra questão relevante em relação ao design gráfico, e que consideramos importante para a construção deste estudo: a interdisciplinaridade da atividade. Segundo o autor, embora o design gráfico faça parte de uma área específica do conhecimento e esteja suficientemente consolidado enquanto campo intelectual, tem ainda estreita ligação principalmente com a comunicação social, as artes plásticas e a arquitetura. Uma possível explicação para isso estaria relacionada à formação do designer profissional, já que esta se dá, majoritariamente, a partir da especialização em design por indivíduos já graduados em uma das três áreas mencionadas acima, e não de sua formação em desenho industrial (VILLAS-BOAS, 2001). Outro exemplo desta proximidade seria quanto ao fato de muitos teóricos e profissionais recorrerem ao termo artes gráficas – que remete à arte – para designar o conhecimento e o uso das técnicas de impressão que, neste caso, segundo o autor, “busca sublinhar o aspecto artesanal que, apesar do avanço tecnológico, a atividade ainda guarda e da qual ainda não prescinde para o alcance de uma produção de boa qualidade” (idem, *ibidem*, p. 41).

Em contraponto às definições até aqui apresentadas, referentes à atuação no campo do design gráfico e seu funcionamento como atividade, reproduzimos a seguir uma afirmação da designer e pesquisadora norte-americana Ellen Lupton¹, segundo a qual “qualquer forma de comunicação em que sinais são rabiscados, entalhados, desenhados, colados, projetados ou de alguma outra forma inscritos em superfícies” (LUPTON *apud* GRUSZYNSKI, 2008, p. 13) também pode ser vista como design gráfico. É nesta declaração que encontramos uma brecha

¹ LUPTON, Ellen. *Mixing Messages: Graphic Design in contemporary culture*, 1996, p. 12.

para aproximar desta categoria os letreiros pintados à mão, nosso objeto de estudo no presente trabalho, mas o fazemos com algumas ressalvas:

- a) em primeiro lugar, o trabalho elaborado pelos pintores-letristas não é uma atividade institucionalizada, pelo contrário, é caracterizado por uma produção informal e irregular;
- b) segundo, as peças produzidas por estes profissionais não são impressas, e sim elaboradas diretamente sobre as superfícies através de processos manuais como a pintura;
- c) o terceiro ponto diz respeito a não utilização, por parte dos profissionais letristas, das regras e normas utilizadas nas agências e ensinadas no ambiente acadêmico para a confecção das peças, que são elaboradas de forma totalmente artesanal e livre, de acordo com a criatividade do indivíduo e suas referências pessoais.

A partir das distinções acima apresentadas, fica claro que não pretendemos, aqui, afirmar que as peças elaboradas pelos pintores-letristas tratam-se de design gráfico propriamente dito²; podemos, no máximo, caracterizá-las como *design informal*, ou algo do gênero. Por outro lado – e, de forma geral, esse é o principal objetivo deste capítulo –, podemos observar semelhanças entre as duas atividades (formal e informal), principalmente quanto ao objetivo comunicacional de ambas.

Visto que o papel do profissional do design – chamado *designer* – é encontrar uma forma singular de expressar a necessidade de seu cliente, considerando ainda o público-alvo do mesmo e os recursos disponíveis para tanto, entre outros aspectos relevantes (GRUSZYNSKI, 2008), afirmamos que também o é o dos pintores-letristas, que trabalham a partir da encomenda de estabelecimentos comerciais ou de serviços, e compõem as peças de

² Considerando também a declaração de Munari (1997, p. 362) que diz que “o designer opera em ligação com a ciência e a indústria, o pintor tem relações com o artesanato e com a produção manual”.

acordo com cada produto ou serviço em questão. A seguinte afirmação da designer e pesquisadora Fernanda de Abreu Cardoso (2005), retirada de seu estudo sobre os pintores-letristas e do qual falaremos mais adiante, resume bem a questão que levantamos.

Ambos os campos de produção coexistem dentro de uma mesma sociedade, possuem linguagens visuais próprias e se influenciam mutuamente, porém, são voltados para atender às necessidades de grupos sociais distintos. (CARDOSO, 2005, p. 8)

Assim, tanto a produção do design gráfico institucionalizado quanto os letreiros que são nosso objeto de estudo e análise no presente trabalho devem ser elaborados de forma planejada, considerando principalmente o público a quem se destinam. Como afirmou Rodolfo Fuentes (2006), é preciso trabalhar com uma linguagem comum ao público a quem se dirige, e linguagem, aqui, diz respeito também à linguagem visual.

Isso nos leva a apresentar o outro lado do processo comunicacional ou de transmissão da informação, ou seja, a recepção das peças ou das mensagens produzidas. Para tanto, começaremos por observar o processo fisiológico denominado percepção visual, apresentado abaixo pelo teórico e professor francês Jacques Aumont (1993):

A percepção visual é o processamento, em etapas sucessivas, de uma informação que nos chega por intermédio da luz que entra em nossos olhos. Como toda informação, esta é *codificada* – em um sentido que não é o da semiologia: os códigos são, aqui, regras de transformação naturais (nem arbitrarias, nem convencionais) que determinam a atividade nervosa em função da informação contida na luz. Falar de codificação da informação visual significa, pois, que nosso sistema visual é capaz de localizar e de interpretar certas regularidades nos fenômenos luminosos que atingem nossos olhos. Em essência, essas regularidades referem-se a três características da luz: sua intensidade, seu comprimento de onda, sua distribuição no espaço. (AUMONT, 1993, p. 22)

Com base neste processo, na década de 1920, cientistas alemães estudaram a percepção visual e os aspectos da forma dos objetos no que se convencionou chamar de Teoria da Gestalt. Segundo o designer e professor João Gomes Filho (2008), o objetivo dos teóricos era “sugerir uma resposta ao porquê de algumas formas agradarem mais e outras não. [...] Tal teoria] se apóia na fisiologia do sistema nervoso, quando procura explicar a relação sujeito-objeto no campo da percepção” (GOMES FILHO, 2008, p. 18).

De acordo com a Teoria da Gestalt, existem questões externas e internas que determinam o processo de percepção da forma e que devem ser observados. As forças externas dizem respeito às condições de luz que estimulam a retina humana, processo mencionado por Aumont e apresentado acima. Já as forças internas responsáveis pela percepção da forma, segundo Gruszynski (2007), seriam orientadas pelas seguintes relações:

(1) *segregação e unificação*, que atuam segundo a desigualdade de estimulação; (2) *fechamento*, tendência a unir intervalos; (3) *continuidade*, impressão de como as partes sucessivas se seguirão umas às outras; (4) *proximidade*, elementos que estão perto uns dos outros tendem a ser vistos como conjuntos; (5) *similaridade*, igualdade entre cor, textura, tamanho, forma, etc., conduz ao agrupamento de partes semelhantes. (GRUSZYNSKI, 2007, p. 61)

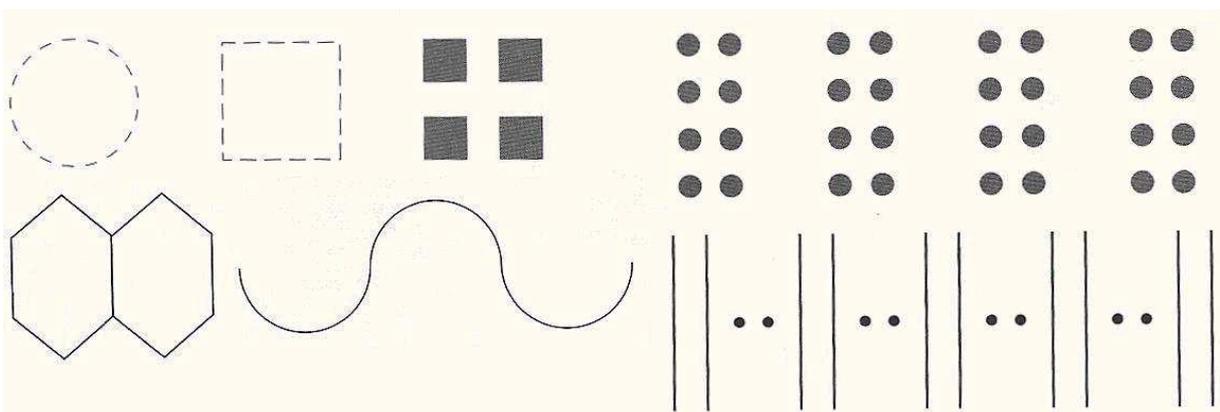


Figura 3: Em sentido horário, três exemplos de fechamento, um de proximidade, um de similaridade e dois de boa-continuação. Fonte: Gomes Filho, 2009, p. 21-23.

Apesar de os exemplos apresentados acima terem utilizado elementos básicos como linhas e pontos, estas relações podem ocorrer também com outros elementos, inclusive com letras, palavras e frases. Segundo teóricos da área, se bem observadas pelos designers, estas relações seriam responsáveis pela organização dos elementos nas peças gráficas e contribuiriam para a legibilidade das mesmas, requisito básico para o design gráfico moderno, também chamado funcionalista.

De acordo com Villas-Boas (2001), o design gráfico moderno foi um dos momentos históricos fundamentais para o design gráfico, pois corresponde a sua consolidação como disciplina e práxis específicas, independentes de outras áreas do conhecimento. Vejamos a seguir algumas informações sobre o design gráfico moderno, bem como também sobre o seu sucessor, o chamado design gráfico pós-moderno.

3.1 OS DESIGNS MODERNO E PÓS-MODERNO

Um dos marcos do design moderno, segundo Villas-Boas (2001), foi a escola de design, artes plásticas e arquitetura de vanguarda da Bauhaus. Fundada em 1919 em Weimar, na Alemanha, através da junção da academia de belas-artes e da escola de artes e ofícios, almejava a criação de um novo estilo, mais representativo da época vigente.

De acordo com a designer Priscila Farias (1998), a Bauhaus visou aproximar arte, arquitetura e indústria. Para Niemeyer (1998), o objetivo central da Bauhaus era o equilíbrio entre arte e técnica. Segundo Gruszynski (2008), a escola da Bauhaus evidenciava a racionalidade, a ordem e a simplicidade. Além disso, seus produtos primavam pela funcionalidade e senso artístico.

De acordo com Azevedo (1998, p. 27-28), o design desenvolvido pela Bauhaus seria “um estilo de design que haveria de estar em constante contato com as relações do homem e seu espaço”, visto que a escola “criou uma consciência dentro da era industrial que foi de suma importância para a criação de um design moderno [...] desprovido de ornamentos, sem correlação com estilos antes executados” (idem, ibidem, p. 29). Também para Cardoso (2004), a Bauhaus queria transmitir “a idéia de que o design devesse ser pensado como uma atividade unificada e global, desdobrando-se em muitas facetas mas atravessando ao mesmo tempo múltiplos aspectos da atividade humana” (CARDOSO, 2004, p. 118).



Figura 4: Peça que exemplifica a produção da Bauhaus. Fonte: Heller, 2007, p. 171.

Influenciado pela Bauhaus, o alemão Jan Tschichold foi um dos primeiros profissionais tipógrafos a incorporar à tipografia o conceito funcionalista de legibilidade praticado na escola alemã. Ele foi responsável pelo desenvolvimento da *neue typographie* (nova tipografia), que pregava principalmente a utilização de tipos sem serifa³ em composições assimétricas, destacando os contrastes de tamanhos e as posições dos elementos gráficos através de sua estruturação em um sistema de diagrama (chamado *grid*). Ellen

³ Segundo Araújo, serifas são “pequenos traços em forma de barras ou filetes que finalizam as hastes de muitas letras” (ARAÚJO, 1986, p. 304).

Lupton (2008) clarifica abaixo o diagrama que Tschichold criou para a utilização em revistas e outras publicações impressas, como consta na figura 5.

O diagrama de Tschichold a respeito do bom e do mal design de revistas defende a distribuição das imagens de acordo com o conteúdo, ao invés de forçar o texto a envolver blocos ancorados ao centro da página. Ao explicar esse experimento, Tschichold adicionou que suas páginas redesenhadas seriam ainda mais eficazes se as retículas fotográficas (então chamadas de “blocos”) fossem produzidas em tamanhos fixos e não arbitrários. (idem, ibidem, p. 123)

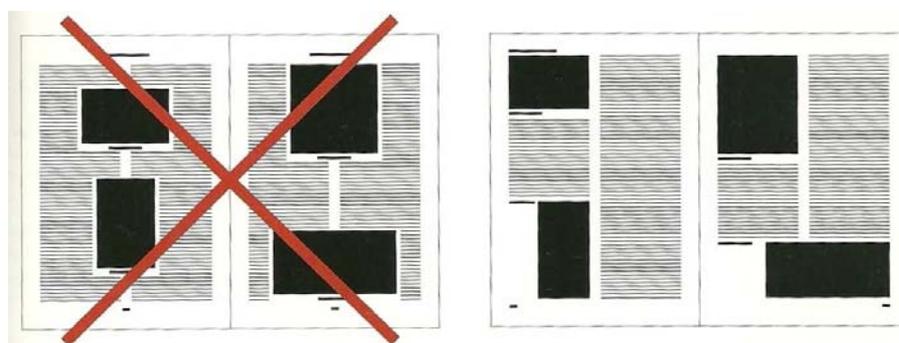


Figura 5: Diagrama de página de revista elaborado por Tschichold. Fonte: Lupton, 2006, p. 123.

Já a chamada Escola Suíça foi responsável por estabelecer o Estilo Internacional, corrente determinante para a estética dos anos 50 e 60. Tal movimento, influenciado pela Bauhaus e por Tschichold, determinou regras gráficas rígidas e precisas para a ordenação e a organização do espaço também através do *grid* e por formas minimalistas (GRUSZYNSKI, 2008), que buscavam preservar o propósito funcional das peças produzidas então, primando pela informação simples e racional, sem desvios. Segundo Rafael Cardoso (2004),

os proponentes do Estilo Internacional acreditavam que todo objeto podia ser reduzido e simplificado até atingir uma forma ideal e definitiva, a qual seria o reflexo estrutural e construtivo perfeito da sua função. [...] No entanto, essa proposta de adequação funcional era estendida pelos seus defensores a uma vasta gama de outros objetos, desde móveis até a tipografia. (CARDOSO, 2004, p. 152)

A partir da década de 70 do século XX, aproximadamente, ocorre, porém, o surgimento do que se convencionou chamar de design gráfico pós-moderno, momento quando se percebe certa tendência contrária às determinações até então vigentes, relacionadas principalmente à legibilidade.

Uma vez que um dos principais paradigmas da modernidade no design [gráfico] é a legibilidade, a pós-modernidade assinala uma série de alternativas de composição visual que se concentra justamente na priorização de outros valores em detrimento de sua valorização como critério principal e funcional. (GRUSZYNSKI, 2007, p. 14-15)

Assim como a cidade e a cultura contemporâneas, descritas anteriormente neste trabalho, também o design gráfico pós-moderno é marcado pela pluralidade e pela diversidade de elementos (idem, ibidem). Desta forma, acreditamos que os letreiros pintados à mão – que apresentamos no presente trabalho como manifestações visuais populares, vernaculares – têm uma possibilidade de continuação em meio à pós-modernidade enquanto influência para o design gráfico pós-moderno. Falaremos sobre isso mais à frente, e em nossas considerações finais.

Enfim, apesar de nosso objeto de estudo – o letreiro produzido pelos pintores-letristas – não poder ser classificado como design gráfico, acreditamos que a composição de seu layout se dá a partir da utilização de elementos também utilizados pelos designers nos projetos de design gráfico institucionalizado, formal, mesmo que baseado numa espécie de leitura empírica feita por aqueles profissionais – ou seja, apesar de os pintores-letristas utilizarem os mesmos elementos que o design formal, estes não estão organizados de acordo com regras estabelecidas por normas acadêmicas: enquanto no design gráfico formal o designer faz um estudo prévio, analisa e “calcula” os elementos que vai utilizar em sua peça, o pintor-letrista simplesmente age de acordo com sua impressão, a partir daquilo que ele acredita (por observação ou prática) que vá funcionar.

De qualquer modo, se faz necessário apresentar os elementos básicos da comunicação visual e do design gráfico para começarmos a compreender de que forma as peças produzidas pelos pintores-letristas (possivelmente, e é o que acreditamos) cumprem sua intencionalidade comunicacional. No capítulo seguinte, a metodologia empregada por João Gomes Filho (2008) para a leitura visual da forma, baseada nos elementos da Gestalt dos objetos, também nos será útil para uma maior compreensão da proposta comunicacional destes trabalhos e também de como se dá seu funcionamento.

3.2 ELEMENTOS DO DESIGN GRÁFICO

Para a designer e professora norte-americana Donis A. Dondis, autora do livro *Sintaxe da linguagem visual* (1997), os elementos básicos do design gráfico compõem a caixa de ferramentas de todas as comunicações visuais possíveis, pois é a partir deles que se planejam e expressam, segundo a autora, todas as variedades de manifestações e mensagens visuais, objetos, ambientes e experiências (DONDIS, 1997).

É importante destacar, antes de tudo, que apresentamos os seguintes elementos como forma de tornar mais claras as relações que eles efetuam entre si para que o objeto ou manifestação se materialize e sua estrutura faça sentido enquanto experiência visual. Lembramos, porém, que se analisados de forma isolada, tais elementos apresentarão características e significados próprios, que podem variar de acordo com cada cultura e até mesmo a cada utilização. Mas, como afirma o senso comum, são as partes que fazem o todo. Feitas as ressalvas, vejamos os mais importantes elementos compositivos do design gráfico.

3.2.1 PONTO, LINHA E PLANO

Começamos, então, por aqueles elementos que, segundo Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips (2008), compõem os alicerces do design: o ponto, a linha e o plano.

O ponto é a unidade visual mais simples e irredutivelmente mínima da comunicação visual (DONDIS, 1997; GOMES FILHO, 2008). Seja ele encontrado na natureza ou produzido pelo homem com algum objetivo (comunicacional, por exemplo), este elemento tem enorme potencial para atrair a atenção do olhar humano (*idem*). De acordo com Dondis (1997), o ponto indica e marca o espaço e, quando vários deles se encontram lado a lado, de forma que se torna difícil identificá-los como elementos individuais, aí esta “cadeia de pontos” se transforma em outro elemento básico da comunicação visual, ou seja, a linha.

Para Lupton e Phillips (2008), a linha seria a conexão entre dois pontos ou o trajeto de um ponto em movimento; para Dondis (1997), a linha indica direção, seria o ponto em movimento, o articulador da forma. Ao denotar uma direção, um movimento, a linha determina as formas geométricas básicas, como um círculo, um quadrado e um triângulo equilátero, e ainda os polígonos; determina também formas orgânicas, não nominadas, entre as diferentes variações daquelas (*idem, ibidem*).

Ao caracterizarem a forma como um plano com limites, composto por duas dimensões, Lupton e Phillips (2008) o definem como “uma superfície contínua que se estende em altura e largura. Um plano é o trajeto de uma linha em movimento; ele é a linha com amplitude. Uma linha fecha-se para tornar-se uma forma, um plano delimitado” (*idem, ibidem*, p. 18).

Vale mencionar a interessante comparação elaborada pelas autoras quando afirmam que as letras agiriam como pontos ao formar linhas que, por sua vez, compõem uma página – “uma mancha de texto é um plano feito de pontos e linhas de tipos” (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 18).

Quanto às características geométricas destes elementos, o ponto é aquele que não possui dimensão alguma, enquanto a linha apresenta apenas comprimento. Mas é importante destacar que, em uma composição gráfica, estes elementos podem apresentar pesos, espessuras e larguras diferentes para representar propostas diferenciadas (ritmos, texturas, etc.), o que contribui para a variação de suas características mais básicas e, é claro, para o resultado final da peça gráfica.

3.2.2 COR E TOM

Para Gomes Filho (2008), a cor tem um significado universal, que é compartilhado pelos indivíduos através da experiência. Assim, este elemento básico do design gráfico e da comunicação visual como um todo constitui uma linguagem própria e transmite significados (GOMES FILHO, 2008), tendo importante papel para os sistemas de codificação e sinalização (FUENTES, 2006), por exemplo.

Cores primárias ou secundárias, quentes ou frias, nos mais diversos tons, apresentando características como o brilho, texturas etc., podem representar sentimentos e emoções e determinar ações por parte dos indivíduos que com elas se deparam. Para Dondis (1997, p. 64), “a cor está, de fato, impregnada de informação, e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Constitui, portanto, uma fonte de valor inestimável para os comunicadores visuais”.

Ainda segundo a autora, a cor possui três diferentes dimensões que a compõem, e que podem, inclusive, ser medidas. A seguir, são apresentadas suas distinções.

Matiz ou croma, é a cor em si, e existe em número superior a cem. [...] A segunda dimensão da cor é a saturação, que é a pureza relativa de uma cor, do matiz ao cinza. [...] Quanto mais intensa ou saturada for a coloração de um

objeto ou acontecimento visual, mais carregado estará de expressão e emoção. [...] A terceira e última dimensão da cor é acromática. É o brilho relativo, do claro ao escuro, das gradações tonais ou de valor. (DONDIS, 1997, p. 65-66)

Por muito tempo, o design se viu limitado ao uso do branco e do preto. Segundo Lupton e Phillips (2008, p. 71), “a cor [...] era vista como subjetiva e instável”, devido ao fato de existir somente a partir da ação da luz e mudar de acordo com sua intensidade. Apesar disso, atualmente, as cores fazem parte do projeto do design gráfico, tendo, em muitos casos, papel determinante para o seu resultado.

Como nos lembra Fuentes (2006), no design gráfico é fundamental diferenciar o sistema RGB⁴ (utilizado para compor projetos em tela) do sistema CMYK⁵ (utilizado no processo de impressão), pois apresentam propostas e resultados diferentes com relação à cor. Por isso, para o autor, “um dos desafios dos designers, portanto, é o de transitar constantemente entre os dois mundos, o digital e o analógico, e, mais desafiador ainda, é a necessidade de estabelecer transportes consistentes e objetivos de um para o outro” (FUENTES, 2006, p. 77).

Com relação aos tons, seriam determinados pela presença ou ausência da luz, ou seja, pelo grau de claridade ou então de obscuridade (DONDIS, 1997). Segundo a autora, os tons de cada cor têm estreita relação com o organismo humano, podendo ser associados à sobrevivência do ser através do âmbito emocional. É através do tom que percebemos a dimensão dos objetos, diferenciamos um objeto do outro e suas delimitações.

⁴ RGB: Vermelho (Red), verde (Green) e azul (Blue), em função da luz.

⁵ CMYK: Ciano (Cyan), magenta (Magenta), amarelo (Yellow) e preto (que é entendido como chave – Key –, ou seja, a base), em função do pigmento.

3.2.3 TEXTURA

Bruno Munari (1997) caracteriza a textura como a sensibilização de determinada superfície. Já segundo Dondis (1997), a textura seria o caráter da superfície dos materiais visuais, podendo ser óptica ou tátil. Na primeira opção, a textura seria o elemento visual que substitui e representa as qualidades do tato (DONDIS, 1997).

No design gráfico, alguns tipos de impressão ocasionam texturas acidentais, específicas como no caso da prensa tipográfica, que faz com que letras e gravuras apresentem certo relevo em relação ao papel. O próprio papel, que é o suporte típico do design gráfico, pode apresentar diversas composições diferentes, que acabam por determinar sua aspereza ou rugosidade, como no papel reciclado, por exemplo. Além disso, determinadas técnicas de pintura e desenho simulam texturas, representando um tipo de textura óptica que pode fazer a diferença no resultado final do projeto quando o suporte não a possibilita através de outras formas.

3.2.4 TAMANHO E HIERARQUIA

Da mesma forma que nossa percepção da cor é alterada de acordo com a luminosidade presente no ambiente, o tamanho de um elemento depende de tudo aquilo que o cerca, devido às relações que este elemento estabelece com os outros elementos presentes no mesmo espaço. Assim, quando se inclui determinado elemento numa certa composição, suas características não podem mais ser vistas de forma isolada, mas em comparação ao todo.

O tamanho, como também a escala (cartográfica, por exemplo), é determinante para a hierarquia dos elementos compositivos da peça, indicando a ordem de percepção e de leitura dos elementos. Por hierarquia, entende-se

a ordem de importância dentro de um grupo social [...] ou num corpo de texto [...]. A organização hierárquica existe em quase tudo o que conhecemos, inclusive na nossa própria unidade familiar, no trabalho, na política e na religião. [...] A hierarquia visual controla a transmissão e o impacto da mensagem. Sem hierarquia, a comunicação gráfica fica confusa. (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 115)

É importante, pois, em um projeto de design gráfico, se considerar o tamanho dos elementos, pois esta característica é determinante para a sua ordem de leitura e a facilidade/dificuldade da leitura da composição como um todo.

3.2.5 DIREÇÃO E EQUILÍBRIO

A direção, que, como afirmamos acima, é indicada pela linha, é também, segundo Dondis (1997), responsável por características visuais tais como equilíbrio e tensão.

O quadrado, o círculo e o triângulo, por exemplo, que são as formas básicas já mencionadas, denotam três direções possíveis: horizontal e vertical no quadrado, diagonal no triângulo e curva no círculo.

Com relação ao equilíbrio, Lupton e Phillips (2008, p. 29) afirmam que “em design, o equilíbrio age como uma baliza para a forma – ele ancora e ativa elementos no espaço”. Ainda segundo as autoras, “o equilíbrio visual acontece quando o peso de uma ou mais coisas está distribuído igualmente ou proporcionalmente no espaço” (*idem, ibidem*, p. 29).

Da mesma forma que estes elementos possibilitam composições positivas quando bem utilizados, a má utilização dos mesmos interferirá definitivamente no resultado estético da peça, em sua percepção e na velocidade de sua leitura em determinado contexto. Por isso, é

muito importante considerá-los ainda no projeto, como forma de planejar as relações possíveis no objeto em questão.

3.3 A TIPOGRAFIA E SUA APLICAÇÃO

A tipografia é um dos elementos constituintes do design gráfico e, segundo Ana Cláudia Gruszynski (2008), está relacionada à atividade desde o seu surgimento. Ellen Lupton (2006, p. 8) apresenta a tipografia como uma ferramenta “com a qual o conteúdo ganha forma, a linguagem ganha um corpo físico e as mensagens ganham um fluxo social”. Da mesma forma, Cláudio Ferlauto (2002) coloca a tipografia como um dos principais fundamentos do design gráfico, tanto no campo do verbal quanto do visual. De acordo com o autor,

é com ela que podemos expressar os conceitos e as abstrações características da lógica verbal. E com ela também comunicamos informações vitais, como na sinalização de vias públicas e estradas. Também podemos e devemos utilizá-la, na forma de imagens e abstrações do mundo não-verbal, como expressão pessoal na composição de projetos gráficos. (FERLAUTO, 2002, p. 125)

Segundo Bruno Martins (2007), o termo tipografia, em português, se relaciona a três termos diferentes do inglês: *writing*, que significa o ato de escrever de forma manual com o auxílio de algum instrumento específico; *lettering*, que quer dizer o ato de desenhar letras, também de forma manual e através de técnicas determinadas; e *typography*, ou seja, “a criação de desenhos e composições predeterminados por meio de técnicas mecânicas ou digitais que independem do movimento da mão” (MARTINS, 2007, p. 63). Como Martins, acreditamos que a tipografia deve ser entendida em toda a sua amplitude, relacionando-se tanto com o ato de escrever e desenhar letras quanto com a composição de elementos

tipográficos. A seguir, apresentamos a definição elaborada por Priscila Farias (1998), a qual consideramos bastante clara e completa.

Definiremos [...] **tipografia** como o conjunto de práticas subjacentes à criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (tais como números e sinais de pontuação) para fins de reprodução, independentemente do modo como foram criados (a mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel, gravados em um documento digital). (FARIAS, 1998, p. 11-12)

Para Rodolfo Fuentes (2006), a razão de ser da tipografia é a valorização de componentes do texto, efetivada através da diferenciação dos mesmos (título, corpo do texto etc.). Já de acordo com o tipógrafo e designer Robert Bringhurst (2005, p. 23), a tipografia “é um ofício por meio do qual os significados de um texto (ou sua ausência de significado) podem ser clarificados, honrados e compartilhados, ou conscientemente disfarçados”. Ainda segundo o autor, por se manifestar em meio a uma infinidade de mensagens, a tipografia precisa, muitas vezes, chamar a atenção antes mesmo de fazer-se lida, para logo em seguida renunciar a esta atenção (idem, ibidem). Este aspecto estaria relacionado à legibilidade que, como afirmamos anteriormente, é o principal pressuposto do design moderno, em que a tipografia tem como função única mediar o texto do autor, ou seja, a informação, e o público a que se destina.

Se para o design gráfico moderno ou funcionalista a ilegibilidade das peças gráficas era algo inaceitável – e a tipografia era vista então, segundo Gruszynski (2007, p. 115), como mediadora neutra entre a palavra do autor e o leitor, “uma convenção cristalizada de regras universais que a tornassem um mero veículo transparente da palavra” –, com o advento do design pós-moderno, porém, esta posição é revista pelos designers e críticos e

o que ficava fora do texto, como uma moldura, passa a ser um elemento relevante, pois o texto não se define em si mesmo como expressão da vontade

do autor, mas pelo contraste com os outros elementos dos quais se diferencia.
(idem, ibidem, p. 115-116)

Considerando que podemos entender como moldura tudo aquilo que circunda algo, podemos afirmar que também aquilo que cerca o texto/objeto gráfico, que o delimita, como o ambiente e os diversos elementos ali presentes, é determinante para o seu entendimento. Isso será relevante principalmente para o modo de ver contemporâneo, em que os mais diferentes elementos estão presentes em um mesmo espaço ou ambiente, e fatores como a velocidade também acabam por interferir na leitura. Por isso, segundo o designer João Pedro Jacques (1998),

ao contrário da voz autoritária da tipografia moderna, que permitia uma única linha de leitura (e expressamente fazia questão disso), o objetivo passou a ser o de promover múltiplas leituras e interpretações, provocar o leitor a tomar papel ativo na construção da mensagem. (JACQUES, 1998, p. 28)

Priscila Farias afirma em seu livro *Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias* (1998) que a chamada tipografia pós-moderna surgiu do choque de influências artísticas como o futurismo e o construtivismo e os avanços tecnológicos do design gráfico. Segundo a autora, não se pode falar em *uma* tipografia pós-moderna, “uma vez que a única característica em comum nas tipografias experimentais das décadas de 80 e 90 parece ser a rejeição, em maior ou menor grau, ao paradigma racionalista estabelecido a partir da Bauhaus” (FARIAS, 1998, p. 28).

Antes de apresentarmos o resgate histórico da tipografia, considerando a importância da familiarização com as nomenclaturas específicas desta atividade e visando também uma melhor compreensão de seu funcionamento, apresentaremos a partir de agora os elementos e características do estilo tipográfico.

3.3.1 OS ELEMENTOS TIPOGRÁFICOS

De acordo com Emanuel Araújo (1986), o vocábulo *tipo* (e daí, todas as suas variantes: tipografia, tipógrafo etc.) “vem do grego *týpos*, transposto ao latim *typus*, [que significa] ‘sinal, imagem, molde, gravação’ (ARAÚJO, 1986, p. 310) e se refere originalmente ao bloco de metal fundido utilizado no sistema tipográfico de impressão desenvolvido por Gutenberg⁶ (GRUSZYNSKI, 2008). Apesar disso, o termo é utilizado ainda hoje, quando este sistema já foi ultrapassado, para designar o desenho da letra em si, ou seja, do caractere tipográfico. Araújo (1986) explica como isso aconteceu:

[...] após a invenção da imprensa, no século XV, a palavra ganhou (por via culta e só a partir do século XVII) a acepção específica de ‘letra de forma’, [isto é], de sinal modelado para a impressão. Assim, nessa acepção, *tipo* significa tecnicamente um bloco equivalente a uma letra isolada, em cujo relevo, numa das faces, se grava a superfície destinada à impressão. Com o desenvolvimento dos veículos de composição, que, através de processos fotográficos [e, posteriormente, da editoração eletrônica], prescindem da fundição metálica, o vocábulo *tipo*, de acordo com seu sentido etimológico, passou a abrigar a noção abrangente de *desenho* de caracteres destinados à impressão. (ARAÚJO, 1986, p. 310)

⁶ Vide o próximo subitem deste capítulo.

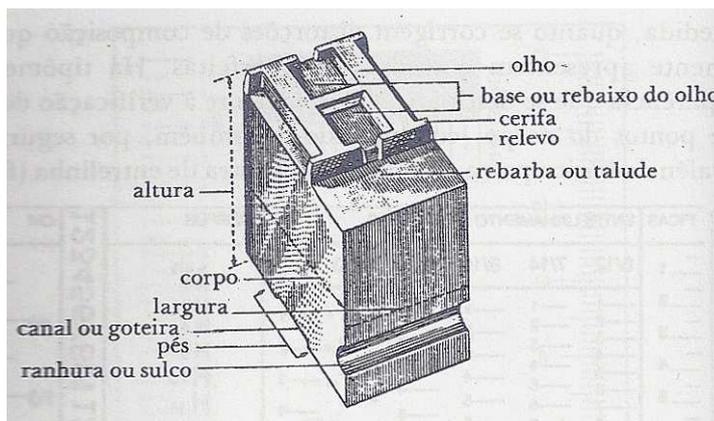


Figura 6: O caractere tipográfico. Fonte: Araújo, 1986, p. 316.

Como o vocábulo *tipo*, outros termos utilizados atualmente na atividade também advém desta época e do método utilizado então para a composição e a impressão de textos. *Caixa-alta*, por exemplo, denomina as letras maiúsculas, que são chamadas assim por serem armazenadas pelos fundidores em caixas situadas acima das caixas que guardavam as letras minúsculas, e que por isso são conhecidas como *caixa-baixa*.

Já o termo *itálico* se refere aos tipos criados na Itália com a função de grifo (como os usados neste trabalho para os termos destacados); caracterizados por uma pronunciada inclinação, inicialmente eram apenas uma versão grifada dos próprios tipos romanos já existentes, mas com o tempo os tipógrafos desenvolveram famílias de itálicos, o que aproximou esta composição da forma de escrita cursiva⁷. Outra forma de diferenciação é o **negrito** (*bold*), determinado pela espessura do traço que compõe a letra, e que caracteriza o peso da mesma. No âmbito do texto corrido (livros, documentos, etc.), estas diferenciações assinalam a hierarquia.

Para simplificar a assimilação da nomenclatura, apresentamos abaixo um esquema que indica e nomeia as partes que compõem o tipo, bem como suas coordenadas em relação à linha (figura 7).

⁷ A escrita cursiva é caracterizada pela tendência a ligar os caracteres entre si (através de ligaduras) e simplificar o traçado. Esta forma de escrita é relacionada historicamente a atividades cotidianas, escolares. (ARAÚJO, 1986)

Partes do tipo



Coordenadas



Figura 7: Partes do tipo e Coordenadas. Fonte: Gruszynski, 2007, p. 153.

Logo abaixo, outro esquema indica a estrutura do tipo, quanto ao tamanho, forma, largura, peso, contraste e angulação (figura 8).

Estrutura

TAMANHO/CORPO

A A A
a a a

CONTRASTE
ANGULAÇÃO

o o o

LARGURA

Mm

condensado

Mm

expandido

INCLINAÇÃO

A a

normal/romano

A a

itálico/grifo

CONTRASTE
TRAÇOS

e e e

ESTRUTURA

serifa M M M

relacionado à família
[classificação principal:
com serifa/ sem serifa]

FORMA

B b

B b

PESO

A A A A

a a a a

light

regular/
normal

bold/
negrito

extra
bold

Figura 8: Estrutura do Tipo. Fonte: Gruszynski, 2007, p. 153.

Dentro do universo da escrita latina, que é a que predomina no Ocidente, existem diversas fontes (famílias de tipos) que podem ser categorizadas de diferentes maneiras, de acordo com sua origem histórica, suas influências ou características formais, etc. Segundo Emanuel Araújo (1986), a classificação de estilos de tipos utilizada desde 1962 pela *Association Typographique Internationale*⁸, da Suíça, distingue 11 grupos de tipos, que o autor subdivide em outros dois grupos, de acordo com a possível utilização (ou não) dos mesmos para a composição de livros: no primeiro grupo, estão os tipos que, na opinião de Araújo, podem ser utilizados para compor livros: três ditos clássicos, com serifa – *humanísticos* e *garaldos* –; três modernos, sendo dois com serifa – *didones* e *mecanizados* – e um sem serifa – *lineares*; já as letras dos outros cinco grupos não serviriam para a composição de livros:

[...] letras incisivas, cujo protótipo é a capital romana das inscrições; as letras caligráficas que imitam a letra cursiva; as letras manuscritas que dão um tom caligráfico ao tipo; e as letras góticas, hoje anacrônicas [...] ou [...] formas não latinas, como o grego, o hebraico, o árabe, etc. (ARAÚJO, 1986, p. 319)

Como não pretendemos nos aprofundar nesta questão, ilustramos através da figura 9 a classificação básica das famílias tipográficas: quanto à presença ou ausência de serifa.

ABCDEF GHIJKLMN	ABCDEF GHIJKLMN
OPQRST UVWXYZÀ	OPQRST UVWXYZÀ
ÅÉÎÏ Øabcdefghijklmnop	ÅÉÎabcdefghijklmnop
nopqrst uvxyzàåéîø	opqrst uvxyzàåéî&
&1234567890(\$£.,!?)	1234567890(\$£.,!?)

Figura 9: Exemplos de fontes com serifa (Bodoni) e sem serifa (Univers).

⁸ Associação Tipográfica Internacional.

É preciso considerar, ainda, que para a composição de textos é fundamental observar o espaço em branco entre as letras, seja através do espaçamento entre letras (espacejamento), entre palavras (entrepalavra) ou entre linhas (entrelinha), que trazem resultados diferentes ao layout⁹. Nos três casos, é preciso observar se o equilíbrio e a unidade do corpo do texto não estão sendo afetados pelo espaçamento utilizado (de mais ou de menos). Associado a isso, os diferentes alinhamentos do corpo do texto (à esquerda, à direita, centralizado ou justificado – este último utilizado ao longo deste trabalho) causam resultados distintos à página impressa, podendo contribuir (ou não) para uma melhor mancha de impressão.

Com relação ao histórico da tipografia e dos processos de impressão, apresentaremos a partir de agora, de forma sucinta, algumas características importantes para seu entendimento.

3.3.2 BREVE HISTÓRICO DA TIPOGRAFIA

Johannes Gutenberg foi o responsável pelas primeiras páginas impressas com tipos móveis do Ocidente, na Alemanha de meados do século XV (FUENTES, 2006; LUPTON, 2006). Segundo Lupton, a invenção dos tipos móveis por Gutenberg revolucionou a escrita no mundo ocidental.

Ao contrário dos escribas, que fabricavam livros e documentos à mão, a impressão com tipos permitia a produção em massa – grandes quantidades de letras podiam ser fundidas a partir de um molde e concatenadas em “formas”. Depois que as páginas eram revisadas, corrigidas e impressas, as letras eram dispensadas em caixas subdivididas para reutilização (LUPTON, 2006, p. 13)

As primeiras páginas impressas na Europa através da técnica dos tipos móveis foram

⁹ Existe uma forma de ajuste específico para determinados pares de letras – AV, por exemplo – chamado *kerning*, do qual se utiliza o designer para evitar um espaço em branco exagerado entre as mesmas.

compostas por letras que se assemelhavam muito às utilizadas pelos copistas até então, baseadas nas letras góticas, bastante pesadas e com arestas pontiagudas; o exemplo clássico é a Bíblia de Gutenberg, impressa em 1455 na cidade de Mainz (figura 10). Com o crescimento da atividade, porém, outros tipógrafos desenvolveram novas fontes, buscando a adequação aos diferentes idiomas europeus e obedecendo aos diferentes períodos históricos: com o advento do Renascimento, por exemplo, as formas humanistas, mais leves e de finalização arredondada, contando ainda com as serifas, sobrepujaram aquelas de estilo gótico e, com o passar do tempo, as fontes foram se tornando mais rígidas, passando a obedecer a traços mecânicos, e sem o uso da serifa, que foi suprimida.

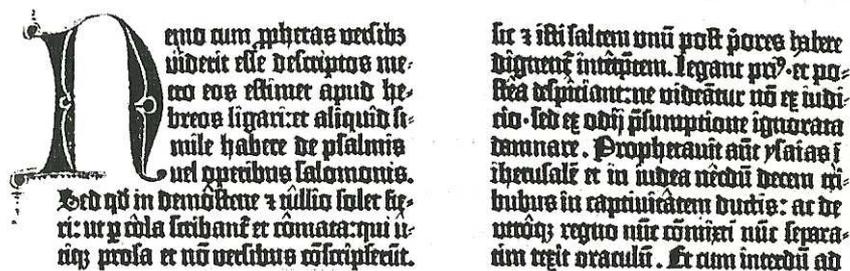


Figura 10: Fragmento de página da Bíblia de Gutenberg. Fonte: Farias, 1998, p. 47.

Com o aumento da demanda, os tipógrafos observaram também a necessidade de criar certa variedade de famílias tipográficas, objetivando os mais diferentes usos (FUENTES, 2006). De acordo com Martins (2007), bastaram poucas décadas para que as prensas tipográficas se espalhassem por toda a Europa, o que acabou propiciando uma grande difusão de livros científicos e clássicos da literatura.

De forma geral, segundo Niemeyer (2001), o processo de composição e impressão criado por Gutenberg foi utilizado até as últimas décadas do século XIX sem muitas modificações. A partir da segunda metade daquele século, porém, tiveram lugar na atividade as impressoras a vapor. Já o surgimento do linotipo, no final do século XIX, possibilitou criar matrizes de linhas fundidas em blocos, substituindo os tipos móveis.

Como introduziu Araújo (1986) mais acima, o sistema de composição por tipos fundidos, móveis ou em blocos, foi definitivamente substituído na década de 50 do século XX por um sistema de composição a frio que utilizava matrizes gravadas em filme de acetato, chamado fotocomposição. Este sistema facilitou não só a criação de fontes tipográficas, mas também sua manipulação e transporte (FARIAS, 1998).

Já “[...] a partir da década de 80, uma nova tecnologia reaproximaria os processos de criação, produção e distribuição tipográfica, permitindo que qualquer um, com um mínimo de habilidade e paciência, criasse suas próprias fontes, composições e impressões” (idem, *ibidem*, p. 57): a editoração eletrônica. Esta nova tecnologia possibilitou a criação e distribuição de uma gama enorme de fontes, que podem ser encontradas em qualquer computador pessoal atualmente, bem como os *softwares* e programas de computador para tal.

Quanto a isso, porém, é preciso destacar um aspecto importante do atual momento da tipografia. Segundo João Pedro Jacques (1998),

a tipografia pós-moderna não é um mero resultado da introdução do computador como gerador de imagens; é produto de um contexto social e cultural que requer uma nova sensibilidade para lidar com um universo mergulhado numa quase palpável trama de textos e imagens. (JACQUES, 1998, p. 9)

Cabe aqui destacar o papel do tipógrafo Wolfgang Weingart para a chamada tipografia pós-moderna. Weingart fez parte da Escola Suíça – *Basel Allgemeine Gewerbeschule* – entre as décadas de 60 e 70, primeiro como aluno e posteriormente como professor e, segundo Steven Heller (2007), desenvolveu um sistema de reordenamento tipográfico que introduziu uma alternativa ao dominante Estilo Internacional, pregado pela Escola até então. De acordo com Jacques (1998), esta nova linguagem gráfica “alterou decisivamente o cenário mundial das artes gráficas” (p. 10), visto que neste novo estilo “a imagem deveria carregar mais

expressividade e expandir o significado do texto, criando um novo contexto, relacionado ao universo do humano e de cada audiência em particular” (JACQUES, 1998, p. 12).



Figura 11: Pôster para a Feira de Arte da Basileia 1976/77, elaborado por Weingart. Fonte: Heller, 2007, p. 273.

Outro destaque seria o trabalho do estúdio *Emigre* que, também segundo Jacques (1998), se tornou uma referência essencial para a tipografia pós-moderna. Responsável pela publicação da revista *Emigre* e tendo como referência o trabalho da designer e tipógrafa tcheca Zuzana Licko (que se valeu da propagação das tecnologias de informática para produzir tipos que se adequam a esta nova realidade), o estúdio passou a publicar, a partir da década de 90, diversos tipos compostos em várias partes do mundo e, com isso,

tornou disponível uma biblioteca cada vez maior de fontes idiossincráticas, em geral desprezadas pelos grandes fornecedores. *Emigre* pôde reconhecer nestes trabalhos não um banal desprezo pela tradição, mas sim a necessidade de busca de novas formas e proporções. (JACQUES, 1998, p. 28-29)

De forma geral, por ser caracterizada pela mistura de elementos vernaculares e estilos clássicos com a tecnologia digital, “a tipografia pós-moderna posiciona-se contra a neutralidade na comunicação, argumentando que nenhuma tipografia por si mesma é legível” (idem, ibidem, p. 35), visto que a legibilidade depende da familiaridade do leitor com determinadas fontes – por isso a importância da divulgação de novas fontes e pesquisas na área. Para finalizar esta questão, apresentamos a seguinte observação de Jacques (1998), que nos permite vislumbrar a atual tendência da tipografia. Segundo o autor, então,

as tipografias da era digital são pessoais e subjetivas – sua diversidade deve libertar seus leitores e permitir que muitas vozes se façam ouvidas. O objetivo expresso é o de promover múltiplas leituras, provocando o observador a ter participação ativa na construção da mensagem. A ambigüidade é exaltada, em favor de uma expressão provisória, tornando dinâmico o processo de interpretação da obra. (JACQUES, 1998, p. 35-36)

3.3.3 A TIPOGRAFIA POPULAR

Chegamos, então, a nosso objeto de estudo. Como afirmado de forma introdutória no segundo capítulo deste trabalho, tipografia popular é aquela elaborada por indivíduos sem formação acadêmica em design, artes plásticas ou comunicação com o objetivo de comunicar algo a alguém. Tal atividade pode ser realizada de forma profissional ou não e, para objetivar este estudo, vamos agora fazer a distinção entre estas duas formas de tipografia popular.

A primeira delas é composta pelos letreiros pintados à mão por pintores-letristas, que é o objeto de nossa análise. Como já afirmado, profissionais específicos – na maioria dos casos, tais profissionais não chegaram a concluir o ensino escolar básico, sendo autodidatas, realizando algum curso técnico de desenho ou ainda apresentando desde a infância certo “dom” para o mesmo (CARDOSO, 2005) – trabalham com esta atividade, que acaba sendo o

principal meio (geralmente, o único) de estes indivíduos ganharem dinheiro; assim, esta é uma atividade remunerada, ou seja, um ofício.

Já a segunda forma de tipografia popular é aquela realizada por pessoas sem o objetivo direto de lucrar com a mesma, isto é, sem a intenção de comercializá-la. Tais peças podem ser elaboradas nos mais diversos suportes e com os mais diferentes objetivos: uma informação pode ter sido escrita em uma folha de papel, papelão, madeira ou no próprio muro por um morador com a finalidade de indicar a campanha, a caixa de correspondências ou a presença de um cão feroz; um feirante pode ter elaborado um cartaz para apresentar as ofertas do dia; objetos podem ter sido rabiscados, pintados e/ou arranhados com palavras e frases, como nesta imagem analisada por Bruno Martins (2007), com o simples propósito de apresentar aos demais (ou carregar consigo) ideias e crenças.

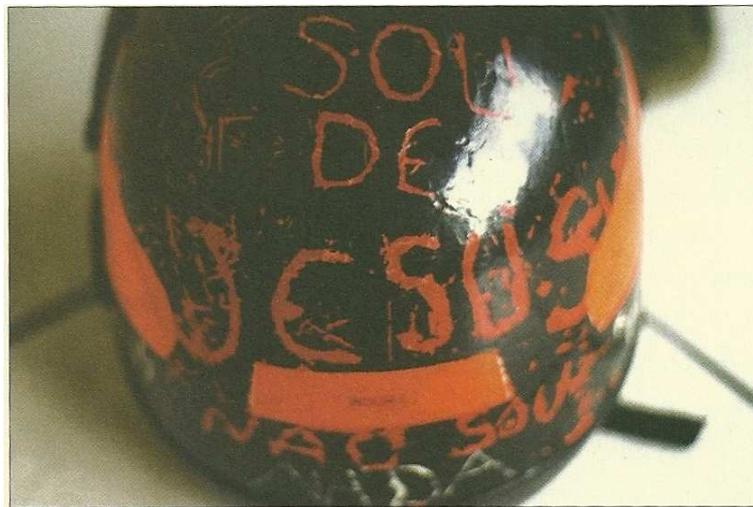


Figura 12: Capacete com a inscrição “Sou de Jesus não sou nada”. Fonte: Martins, 2007, p. 117.

A imagem mostrada acima faz parte de um estudo que Bruno Guimarães Martins (2007) desenvolveu a partir de peças da tipografia popular que ele fotografou na cidade de Belo Horizonte. Nesta obra, nos é apresentada justamente a tipografia popular não comercial – vamos chamá-la assim para fazer a distinção de nosso objeto –, tema que já havia sido trabalhado pelo autor em conjunto com Paulo Ferreira Vaz (2005).

Martins vê estas manifestações a partir das diversas potencialidades de sentido que apresentam – dentre elas o poético –, graças a sua comum falta de legibilidade, ou ilegitimidade. Segundo o autor, “o ilegível presente na tipografia popular provoca uma oscilação entre a percepção e a significação de uma determinada placa ou inscrição, possibilitando, assim, a emergência de outros sentidos” (MARTINS, 2007, p. 21). E segue o autor sobre como isso acontece:

O potencial de sentido da tipografia popular é catalisado no leitor pela fricção entre suas referências e o que lhe é apresentado. A instabilidade formal retarda a passagem do significante para o significado, fazendo emergir múltiplos sentidos para textos simples. (idem, ibidem, p. 23)

Martins (2007) nos lembra, entretanto, que, em conjunto com o contexto, são os aspectos formais que determinam a construção de sentido do que percebe o leitor destas peças. É por isso que

faz-se necessário olhar a tipografia popular a partir de uma perspectiva ‘não-pragmática’, estética, pois é exatamente em seus aspectos formais e contextuais – que provocam reações em quem a percebe – onde reside seu potencial de abertura de sentidos. (idem, ibidem, p. 100).

Considerando que a tipografia popular é definida pelo autor como um “ato comunicativo revestido de ruídos” (idem, ibidem, p. 37), para Martins (2007), é na singularidade de suas formas que a tipografia popular encontra sua maior potencialidade. Ainda segundo o autor, a polifonia representada por estas inscrições se contrapõe à seletividade de vozes dos meios de comunicação de massa oficiais.

Feita a distinção, damos prosseguimento a nosso trabalho apresentando a seguinte imagem, um exemplo de letreiro elaborado por um pintor-letreiro. Sobre ela faremos algumas considerações preliminares, com o intuito de identificá-la como tal.



Figura 13: Letreiro pintado à mão para um atelier de costura de Porto Alegre. Fonte: arquivo da autora.

A partir da imagem acima podemos perceber algumas características marcantes, que nos permitem identificar a peça como um letreiro elaborado por pintor-letrista. Em primeiro lugar, certo amadorismo expresso em sua composição gráfica, principalmente pela repetição da palavra “atelier”, e a ausência de outras informações, como os serviços ali oferecidos – talvez o exíguo espaço tenha influenciado na opção. As diferentes famílias tipográficas foram provavelmente utilizadas com o propósito de destacar o “nome fantasia” do estabelecimento – “Marya Odyła”, que também aparece em corpo maior – mas acabam causando certo conflito no resultado da composição. Encontramos nesta peça tanto letra serifada quanto sem serifa, e também a própria letra cursiva.

Outro conflito é causado pelo itálico em “ATELIER AVIAMENTOS” (ao lado do nome), e “Atelier de Costura” (na porta); o primeiro em caixa-alta e o segundo em letra cursiva, e com corpos de letras distintos. Já a localização do número do imóvel (1546), provavelmente já presente antes da elaboração do letreiro, utiliza tipos de forma e material diferentes, o que se constitui outro problema com relação ao todo; além disso, ele parece invadir o espaço das palavras “Marya Odyła” e interfere ainda em sua linha de apoio (limite

entre marquise e porta). Já as cores, amarelo e azul, parecem ter sido reaproveitadas e não pensadas para esta peça especificamente, pois destoam uma da outra. Por fim, a palavra “ATELIE”, com o “R” suprimido (parte da parede foi removida), escrita verticalmente; suas letras empilhadas dão a impressão de desequilíbrio, embora centralizadas e em caixa-alta.

Sobre o último aspecto, é relevante acrescentar a seguinte declaração de Ellen Lupton (2006, p. 91) quanto ao alinhamento vertical: “as letras romanas foram feitas para ficar lado a lado, não uma em cima da outra”. Apesar disso, o alinhamento vertical é muito utilizado em letreiros de rua. De qualquer forma, é melhor utilizá-lo quando as letras são compostas em caixa-alta, pois, segundo Lupton, formam pilhas mais estáveis que letras em caixa-baixa.

Como nos lembra Gruszynski (2007, p. 19), “a ausência de uma formação institucionalizada leva, na maioria das vezes, à transgressão não intencional de convenções”, como as que vimos acima. Talvez seja por isso que encontramos nas peças de tipografia popular elementos que eventualmente destoam do todo, e que acabam por dificultar a legibilidade das peças; da mesma forma, pode a ausência de certos elementos básicos, importantes para auxiliar na legibilidade, também dificultar a leitura das mesmas. Mas, de forma geral, mesmo que os elementos certos sejam utilizados, ainda a repetição ou a localização dos mesmos interferem no resultado, pois, como afirmamos anteriormente, é a relação entre os diferentes elementos que faz a diferença numa peça de design gráfico.

Por outro lado, tais particularidades podem ser vistas como transgressões criativas, mesmo que originadas de forma ocasional, sem intenção. Como teremos oportunidade de observar mais à frente, tais transgressões possibilitam que o nosso objeto de análise se aproxime do chamado design pós-moderno, podendo ser, inclusive, fonte de influências para o desenvolvimento do mesmo.

Cabe acrescentar o trabalho que a designer e pesquisadora Fernanda Cardoso (2005) realizou sobre os pintores-letristas a partir da observação da rotina de trabalho de alguns

desses profissionais no Rio de Janeiro. Com isso, a autora pode definir o método de trabalho de cada um, bem como as técnicas empregadas na confecção das peças. Segundo a autora,

de maneira geral, cada profissional costuma desenvolver um estilo próprio de letra que carrega seu traço pessoal. Mediante este estilo básico podemos identificar o autor do projeto [...] Esse padrão é criado para facilitar e agilizar o trabalho do letrista. Em trabalhos mais simples, quando o cliente não especifica o que quer, o letrista costuma seguir o estilo básico. De acordo com as necessidades do projeto e o pedido do cliente, a letra é alterada e pode tornar-se mais elaborada. (CARDOSO, 2005, p. 19-20)

Já com o design gráfico institucionalizado, o designer pode escolher a letra que vai utilizar para compor seu projeto dentre o vasto número de famílias tipográficas as quais tem acesso, tendo ainda a vantagem de conhecer o histórico de cada uma delas, de seus criadores e do contexto em que foram criadas. Ainda assim, se não gostar do resultado, pode modificar o corpo do texto e as fontes tipográficas utilizadas quantas vezes achar necessário antes da finalização e da impressão da peça, ou seja, existe aí uma facilidade de manipulação dos elementos. É claro que pode, ainda, criar um novo tipo (se ele for um designer de tipos), mas assim mesmo poderá fazer alterações, se tiver tempo hábil para isso.

A diferença do método de trabalho do designer e do pintor-letrista está no fato de o projeto poder ser elaborado e modificado pelo primeiro a partir de amplo conhecimento/repertório e com o auxílio de ferramentas como o computador e softwares específicos, enquanto o segundo profissional o elabora de forma precária – geralmente um esboço a lápis no papel – apenas para planejar o que será elaborado e verificar com o cliente se é o que ele deseja que seja pintado em sua fachada. Também o pintor-letrista não tem outras referências para a criação das letras além daquelas já presentes na rua ou que ele tenha visto em outras mídias, por exemplo.

Entretanto, como já afirmado neste trabalho, nos parece que o objetivo de ambos os profissionais é o mesmo: a busca de uma solução visual que comunique e agrade ao cliente,

ou seja, esteja de acordo com as suas intenções. Para tanto, vejamos a declaração que um pintor letrista – identificado como Edu – deu à pesquisadora citada anteriormente. Na declaração que se segue, o pintor-letrista demonstra a consciência e a responsabilidade que esses profissionais têm quanto à elaboração de letreiros para os mais diferentes públicos:

cada tipo de letra é para cada situação [...] por exemplo, vou fazer uma propaganda pra uma igreja, eu não vou escrever o nome de Jesus com uma letra daquela como tivesse explodindo de alegria, nem nada, tá entendendo? Vou trabalhar com a letra clássica, tá? Se eu vou trabalhar pra um escritório de advocacia, também você não vai trabalhar com letra manuscrita, você vai ter que botar letra romana [...] Então cada caso é um caso. Como você bota feliz aniversário, aí você vai ter que enfeitar o pavão, botar aquele tipo de letra bem engraçada, bem alegre. (*in* CARDOSO, 2005, p. 20)

No âmbito do design gráfico não é diferente. Como afirma Ana Cláudia Gruszynski (2007, p. 113), “mais do que chegar a uma composição ideal, interessa ao planejamento da comunicação gráfica resolver os problemas que impulsionam cada projeto e orientam os objetivos que sustentam soluções diversas”. Sendo assim, segundo a autora, a forma final do projeto, que será o resultado das escolhas feitas pelo designer ao longo do projeto, precisa estar de acordo com o objetivo da peça (objeto, manifestação, expressão etc.) e o contexto de veiculação da mensagem.

Ainda sobre o design gráfico pós-moderno, apresentamos abaixo uma interessante observação de Cláudio Ferlauto (2002), em que o autor destaca o modo ideal de pensar e produzir o design gráfico e a tipografia atualmente, que é considerando as especificidades de cada público para quem as peças serão produzidas. Segundo o autor, então,

para criar formas contemporâneas não basta manusear computadores, nem recuperar velhas ideias, nem homenagear pioneiros copiando-os. É preciso cultivar o passado e o presente. Adquirir um lastro de conhecimento e cultura. Essa tipografia, coerente com nossa vida, em vez de fundamentar-se nas facilidades do fazer tecnológico, deve ocupar-se dos interesses e

especificidades de seus usuários e avaliar sua necessidade cultural e sua responsabilidade social. (FERLAUTO, 2002, p. 64)

Pensando assim, nos será útil apresentar a visão de Vera Lúcia Dones, professora e pesquisadora da Universidade Feevale/RS. Dones (2004) afirma em seu estudo sobre as apropriações do vernacular pela comunicação gráfica que as novas tecnologias desenvolvidas para a atividade têm possibilitado um resgate do popular ou vernacular, “que transita ‘ao lado’ do design gráfico institucionalizado, encontrando um espaço no campo da comunicação gráfica da cultura contemporânea” (DONES, 2004, p. 2). Segundo a autora, tal fenômeno é resultado da quebra dos paradigmas do pensamento e do design gráfico moderno, que faz com que as duas manifestações – popular e institucionalizado – sejam vistas atualmente como partes da mesma cultura.

À declaração de Dones, acrescentamos agora a visão da designer e pesquisadora Fátima Finizola (2010) que, como a primeira, também acredita na influência do popular no design gráfico pós-moderno. Finizola realiza, atualmente, na cidade de Recife, pesquisas sobre o que chamou de letreiramento popular, e que coincide com nosso objeto de estudo no presente trabalho. Segundo a pesquisadora, o universo vernacular, mais especificamente o letreiramento popular, se tornou hoje uma referência, uma fonte de inspiração para a atual produção tipográfica digital brasileira e, de forma geral, também da América Latina como um todo. Também para a autora, apesar de os letreiros populares serem objetos bastante efêmeros – por sofrerem deterioração pelo tempo, agentes naturais e pela ação do homem, além de serem substituídos rapidamente por novas experiências visuais – estas manifestações resistem ao tempo como forma de expressão da cultura e de uma produção espontânea e informal do design.

A partir destas contribuições, podemos concluir que é possível que a tipografia popular – mais especificamente as composições gráficas elaboradas pelos pintores-letristas –

sirva como influência para as novas experiências do design gráfico pós-moderno e, assim transcenda sua atual condição de produção marginal, alternativa.

Dando prosseguimento a nosso estudo, no capítulo seguinte apresentaremos a análise qualitativa das peças gráficas selecionadas, que será realizada a partir do método de leitura visual da forma desenvolvido pelo professor João Gomes Filho e que se somará à análise quantitativa dos elementos tipográficos e de comunicação visual das mesmas. Tais análises nos serão úteis para a compreensão do propósito comunicacional destes trabalhos, bem como do funcionamento dos mesmos. Após, apresentaremos nossas considerações finais, quando abordaremos mais detalhadamente a questão da apropriação de elementos populares pelo design gráfico pós-moderno.

4 ANÁLISE DOS LETREIROS

Como proposto, este capítulo se dedica a analisar alguns letreiros, que esperamos sejam representativos da produção de pintores-letristas da cidade de Porto Alegre e sua Região Metropolitana. Como forma de delimitar a amostra, decidiu-se por dar preferência a letreiros localizados em áreas de grande circulação de pessoas ou ruas de movimento intenso de veículos e do transporte público, como vias de acesso de uma cidade a outra e do centro aos bairros de uma mesma cidade. Além disso, foram escolhidos para compor o *corpus* somente os letreiros murais, ou seja, compostos diretamente em paredes ou muros – o que acabou por excluir, na presente análise, letreiros em outros suportes, como placas, faixas, cartazes, etc. Ao todo, analisaremos seis peças.

Segundo nossa proposta, já expressa ao longo do trabalho, tal análise busca verificar, em caráter exploratório, a legibilidade das peças gráficas aqui apresentadas como forma de tentar compreender se e como elas efetivamente cumprem suas intencionalidades comunicacionais. Para isso, utilizaremos o referencial teórico pertinente ao design gráfico, apresentado no capítulo anterior. Além disso, basearemos nossa análise no sistema de leitura visual da forma proposto por Gomes Filho (2008), observando as particularidades do *corpus* aqui apresentado.

4.1 O MÉTODO

O professor e pesquisador João Gomes Filho, em seu livro *Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma* (2008), apresenta um estudo sobre a análise de objetos, ou seja, todo e qualquer tipo de manifestação visual da forma – obra de arte, produto industrial, peça gráfica, edifício, escultura – passível de ser lida e interpretada (GOMES FILHO, 2008). Baseado em

estudos da Gestalt relacionadas à psicologia perceptual da forma, este sistema foi desenvolvido pelo autor principalmente como forma de suprir certa necessidade no ensino das artes visuais, buscando auxiliar estudantes e profissionais com relação à organização visual da forma, ou seja, “à concepção de produtos com configurações formais fundamentadas nos princípios de ordenação, equilíbrio, clareza e harmonia visual, alicerces da formulação gestáltica no campo da percepção da forma” (GOMES FILHO, 2008, p. 13).

O que o autor fez neste livro foi materializar a fundamentação teórica da Gestalt – conceituações abstratas – na análise de objetos reais de nosso cotidiano. Para Gomes Filho (2008), então, este sistema seria um instrumento tanto para a leitura e interpretação da forma – e, conseqüentemente, para sua reflexão – quanto para a concepção de objetos, isto é, a prática projetual, pois, de acordo com o autor,

a tarefa do designer [...] é a de conceber e desenvolver objetos que satisfaçam as necessidades de adequada estrutura formal, obviamente, respeitando-se os padrões culturais, estilos ou partidos formais relativos e intrínsecos aos diversificados objetos concebidos, desenvolvidos e construídos pelo homem.
(GOMES FILHO, 2008, p. 17)

De forma geral, a estruturação desse sistema se dá a partir de dois passos básicos, a saber:

- a) Leitura visual do objeto pelas leis da Gestalt: esta primeira parte é realizada através das seguintes leis da Gestalt: *unidades* ou elementos que configuram a forma; *segregação* ou o ato de separar, perceber ou identificar unidades; *unificação* ou coesão visual, relacionada ao equilíbrio e harmonia da forma; *fechamento*; *boa continuação* ou padrão de sequência e fluidez da forma; *semelhança e/ou proximidade*; e *pregnância da forma*, relacionada ao equilíbrio, harmonia e ordem visual. Estas leis,

introduzidas no capítulo anterior, dizem respeito às relações internas que determinam o processo de percepção visual da forma e que complementam as relações externas, que por sua vez dizem respeito às condições de luz que estimulam a retina humana quando do mesmo processo.

Tal leitura se dá a partir de quatro etapas básicas:

- 1) Examinar o objeto e segregá-lo em suas unidades principais;
 - 2) Decompô-las em outras unidades, até atingir um nível satisfatório;
 - 3) Identificar, analisar e interpretar cada uma das leis em cada unidade;
 - 4) Interpretar a organização formal do objeto como um todo.
- b) Leitura visual do objeto pelas categorias conceituais: aqui, é preciso considerar categorias conceituais específicas do campo do design, artes plásticas e psicologia da percepção, por exemplo: ordem, coerência, clareza, etc.

Para as análises que se seguem, observamos a orientação do autor quanto à liberdade do pesquisador de aplicar conceitos que acredite necessários para cada peça, de acordo com sua sensibilidade para tal, visto que a leitura de qualquer peça visual sempre dependerá da sensibilidade do leitor e de seu repertório cultural, técnico e profissional (GOMES FILHO, 2008). Isto posto, lembramos que este modelo será aplicado a partir de um olhar específico, ou seja, através de um enquadramento subjetivo, portanto seus resultados devem ser encarados de forma parcial e não autoritária.

4.2 OS LETREIROS

Vejamos agora a análise de um total de seis letreiros, *corpus* selecionado a partir de um arquivo fotográfico composto pela autora deste estudo no ano de 2009 e considerado suficiente para os objetivos propostos. Para o registro destas seis imagens, foram percorridas

algumas ruas de grande circulação de Porto Alegre e Canoas em que há tanto trânsito de veículos quanto de pedestres; por isso, acreditamos que estes letreiros possam ter sido vistos por um número muito grande de pessoas (em alguns casos, ainda podem ser), mas não podemos afirmar que foram realmente vistos, lidos e interpretados por elas, visto que esta informação poderia ser verificada através de um estudo de recepção, o que não foi proposto ou realizado neste trabalho.

4.2.1 LETREIRO Nº 1



Figura 14: Letreiro pintado à mão para estabelecimento de serviços de Porto Alegre, localizado na Rua Barão do Amazonas. Fonte: arquivo da autora.

Esta primeira peça é composta basicamente por texto, e se utiliza das cores verde claro (parede), vermelho (texto), azul escuro (texto e sombreado), branco (numeração perante a rua) e preto (porta). Sua organização se dá através da formação de um diagrama visual,

aparentemente formado por três colunas (mesmo que irregulares), sendo a do meio a porta do estabelecimento. Ao observar este letreiro, podemos perceber distintamente dois momentos: um à esquerda da porta e outro à sua direita.

Em primeiro lugar, à esquerda, encontra-se a palavra “chaves” em escrita vertical de fonte sem serifa em caixa-alta na cor vermelha, com peso *bold*, inclinação regular, centralizada, com entreletras justo, contorno na cor do fundo (verde claro) e sombreado em azul escuro. Apesar de os caracteres apresentarem um desenho bem-acabado, com certa simetria entre as letras, duas características de sua composição podem dificultar sua leitura por quem passa por este estabelecimento, quais sejam: a escrita vertical e o sombreado.

No primeiro aspecto, o desenho que se forma naturalmente entre as letras A e V da palavra – espécie de losango ressaltado pelas letras H, que as antecede, e E, que as sucede – acaba por desviar a atenção do leitor. Já o sombreado, que tem como papel dar destaque à palavra, pode vir a interferir na boa leitura quando o entreletras for justo, confundindo o leitor que está em movimento, por exemplo.

Existe ainda um terceiro ponto que pode dificultar a leitura da peça, e que imaginamos não ter sido planejado com a composição do letreiro, que é a numeração perante a rua, expressa através do número 366. Elemento distinto do resto por seu material e forma de produção (os números parecem feitos de metal e foram fixados na parede), cor (únicos elementos na cor branca), dimensão (é menor que os demais elementos), inclinação (decrecente) e alinhamento (na verdade, desalinhamento), se destaca por invadir o espaço imaginário que ocupa a palavra “chaves”, e interfere em sua compreensão imediata.

Pelo destaque que a palavra “chaves” ganha na peça, pressupõe-se que se trata do principal serviço ali oferecido. Também por sua formatação diferenciada, faz as vezes de nome fantasia do local, que não foi exibido na fachada através da pintura.

Num segundo momento, à direita, apresentam-se listados os serviços prestados no local: “chaveiro”, “elétrica”, “hidráulica”, “pedreiro” e “pintor”. Composta também em caixa alta e inclinação regular, desta vez na cor azul escuro, esta parte da peça se apresenta de forma centralizada na coluna, com entrelinha espaçada e entreletras médio, exceto pela palavra “hidráulica”, que se destaca naturalmente das demais por se apresentar mais condensada (provavelmente para caber no espaço). Outro destaque seria a composição da letra “R”, que apresenta certo movimento em sua perna – diferentemente das outras letras que são bastante rígidas, retas.

A coluna central é caracterizada pela porta preta do estabelecimento; quando fechada, percebemos uma pintura em vermelho, que foi provavelmente feita para esconder algo (uma pichação, talvez?), mas que ocasiona justamente o contrário: o destaque para esta mancha. Não temos como saber o que mostra quando aberta, mas podemos intuir que apresente o ambiente interno, talvez até um balcão de atendimento – o que poderia lembrar uma imagem, uma ilustração.

Na peça como um todo, de modo geral, é perceptível a discrepância entre os caracteres de “chaves”, mais trabalhados e suscetíveis a enganos, e da segunda parte da peça, que são mais simples e legíveis. Já o espaçamento entreletras é heterogêneo, enquanto as entrelinhas parecem homogêneas, mesmo com a presença da acentuação em algumas palavras. O destaque são as colunas irregulares, pois contribuem para certo desequilíbrio, interferindo na unificação da peça, que fica fragmentada. Por sua vez, a continuidade também fica abalada. Já os pesos diferentes das duas colunas externas, caracterizados pelos dois tipos de texto, são determinantes para a assimetria da peça.

Apesar das ressalvas feitas, há na peça uma organização formal positiva, simples e clara, bem como uma boa harmonia em função da ordenação dos elementos textuais através

da semelhança e da proximidade dos mesmos. Assim, se fôssemos classificar seu índice de pregnância a partir da legibilidade da forma, este seria médio.

4.2.2 LETREIRO N° 2



Figura 15: Letreiro pintado à mão para um estabelecimento de serviços de Canoas, localizado na Avenida Guilherme Schell. Fonte: arquivo da autora.

Na segunda peça selecionada, temos um letreiro elaborado para um estabelecimento de serviços automotivos da cidade de Canoas. Dividindo a composição em partes, teremos imagens (dois tipos de ilustração), fundo e textos, sendo este último elemento subdividido em título, um tipo de legenda e uma espécie de epígrafe do autor.

Com relação à composição dos textos, o título é o elemento que mais se destaca nesta peça, visto que o pintor-lettrista elaborou as letras baseando-se em labaredas, que fazem alusão ao nome do estabelecimento, “Faísca Surdinãs”. Nos aspectos formais, temos uma escrita com orientação horizontal, composta em caixas alta e baixa, sem serifa, inclinação regular, peso

bold, entreletras justo e ajuste à direita. As cores utilizadas foram quentes, também para fazer a aproximação com a temática do fogo: vermelho e amarelo forte ou alaranjado, que estão em ótimo contraste com as cores do fundo, o azul e o branco, respectivamente cores fria e neutra. Também o contorno em preto dá uma leve ideia de terceira dimensão, de relevo, que é determinante para o contraste.

Além dos adornos em forma de labaredas, que estão presentes na parte superior de sete das quatorze letras que compõem o título (nome do estabelecimento), a terminação da letra inicial de “surdinas” lembra justamente o desenho de uma surdina (que, no caso, solta faísca). Considerando que são as labaredas que dão o tom desigual entre as letras – dando uma ideia de movimento –, podemos perceber que existe tanto uma linha de base como uma altura-x relativamente padronizadas, e que são seguidas pelo pintor-letrista na medida do possível, apesar de alguns desvios causados pelo movimento deste efeito estético da fonte e por elementos presentes na superfície do letreiro.

Como afirmado acima, o fundo foi elaborado em azul e branco, e esta combinação clara destaca bem o título. De forma mais ampla, poderíamos afirmar que o autor desenhou uma faixa branca na metade superior da parede – que abriga o nome do estabelecimento, bem como certo efeito de hachura em azul claro, que simula uma textura, um sombreado – cercada de duas outras faixas, em azul: abaixo, uma faixa grossa, e uma mais fina, acima; ambas formam linhas naturais ao se encontrarem com a faixa branca.

Analisando o conjunto *fundo*, as faixas serviriam como delimitação do espaço, compondo uma espécie de diagrama rudimentar: primeiro, a linha branca mais a superior azul e, segundo, a inferior azul. Já a parte da fachada que está à direita, na esquina, seria outro segmento deste diagrama imaginário, pois não está de acordo com as outras delimitações (a linha de divisão entre o branco e o azul segue em ascendente, diferentemente da orientação horizontal que apresenta no resto da peça). A faixa azul inferior abriga diversas ilustrações,

das quais falaremos mais à frente, enquanto a de cima abriga algumas figuras em relevo na parede, que criam uma textura conflitante com as já teatrais letras do título, logo abaixo; como imaginamos que estes elementos já estavam presentes na construção antes da elaboração do letreiro, concluímos que não há nada que o profissional pudesse ter feito além de não dar destaque algum a esta parte da peça (como de fato o fez, pintando tudo de azul) para que não chame atenção demais.

Também relacionado ao fundo, as janelas e os encanamentos presentes na fachada também fazem parte da peça, mesmo que de forma não intencional. Por isso, interferem na leitura, da mesma forma que interferiram na composição do letreiro – vide a mudança da linha de base da palavra “surdinas” a partir da letra “n”, que precisou desviar o traçado da palavra da linha da janela. Ao mesmo tempo, neste caso, tal desvio não prejudicou de todo o letreiro, pois complementou o movimento das chamas de fogo.

Na parte de baixo da fachada, as ilustrações representam os cartões de crédito aceitos para pagamento; estes desenhos foram elaborados com traços bastante simples, quase infantis: nas cores reais, com contornos leves e poucos detalhes; talvez o pintor-letrista tenha agido assim propositalmente, para equilibrar com a profusão de detalhes apresentada no nome do estabelecimento.

Já no canto direito da imagem, acima e abaixo de uma das janelas, estão representadas peças automotoras, com traçado em preto: na parte superior, encontra-se o desenho de uma surdinha e, na parte inferior, um catalisador, este seguido da palavra “catalizador” escrita em letra cursiva branca com contorno em preto, como uma espécie de legenda; é preciso destacar ainda o erro de grafia em “catalizador”, que se escreve com “s” no lugar do “z”. Estas ilustrações também são bastante rudimentares, sem maiores acabamentos.

Para finalizar, existe um elemento que quase não se vê no letreiro, mas que foi composto pelo pintor-letrista de forma intencional. Como uma assinatura pessoal, uma

epígrafe, o autor escreveu “Bom é Deus TODA HORA” logo abaixo do segundo “s” de “surdinás”, em letra manuscrita, na cor preta. Aqui, visualizamos a letra real do autor, ou seja, aquela que ele utiliza para escrever normalmente, no dia-a-dia. Como este elemento não faz parte da peça como determinante para sua forma, não o analisaremos como texto.

De forma ampla, o espaçamento tanto entre as letras/palavras quanto das imagens é diminuto, mas não impossibilita a legibilidade da peça. Já numa aproximação entre os dois elementos (texto e imagens), existe um grande espaço vazio, mas que acaba por equilibrar, de certo modo, a peça como um todo. Considerando sua orientação horizontal, o letreiro é proporcional, atrai a atenção do passante e apresenta as informações essenciais, tanto no título quanto nas ilustrações, de uma forma irreverente e com originalidade. Importante destacar também o ritmo criado no título através do desenho das chamas.

O autor trabalhou com conceitos como proximidade e semelhança na maior parte da peça, bem como com o contraste; neste letreiro, existe certa harmonia e equilíbrio visuais, mesmo que caracterizados pela assimetria (o que também pode ser positivo, em alguns casos). É claro que as janelas, que são elementos não planejados pelo profissional, atrapalham um pouco a leitura, mas acreditamos que o pintor-letrista fez o possível neste letreiro para deixá-los neutros perante os elementos gráficos que compôs. Como forma de classificar também esta peça, podemos afirmar que se caracteriza por uma pregnância da forma de média a alta, sendo positiva sua organização formal.

4.2.3 LETREIRO N° 3



Figura 16: Letreiro pintado à mão para um estabelecimento industrial e de comércio, localizado na Rua Victor Barreto, em Canoas. Fonte: arquivo da autora.

Formalmente parecido com o letreiro anterior, esta peça também apresenta texto, fundo e ilustrações, mas traz também um elemento que ainda não havia aparecido nas peças analisadas até então: o logotipo. Começamos a análise por ele.

O logotipo é a representação de uma marca e, no caso, não foi criada pelo pintor-letreiro, mas apenas copiada; assim, esse processo foi feito de acordo com um modelo pré-existente, do qual o profissional tirou seu traçado, cores e proporções, aliás, de forma correta. Localizado à esquerda da peça, este logotipo tem o formato de um pentágono (polígono de cinco lados), e foi composto em preto e branco, sendo que a parte branca acompanha a cor de fundo do letreiro; onde há fundo branco, a fonte é preta, e onde o fundo é preto, a fonte

utilizada é branca: ótimo contraste, acompanhando conceitos como simplicidade e minimidade.

A primeira parte do logotipo tem a forma de um retângulo branco, delimitado por um contorno preto, de linhas retas e precisas; a impressão que se tem é que o retângulo foi sobreposto ao pentágono preto, de forma bastante harmoniosa. Dentro deste espaço, o fundo branco destaca o nome da empresa, a sigla “TAG” em fonte preta serifada, em caixa alta, com inclinação regular e peso normal, orientação horizontal, entreletra médio e entrelinha justo. Este texto está alinhado de forma centralizada e obedece tanto a uma linha de apoio quanto a uma linha de caixa alta rígidas.

Já a outra parte deste logotipo está localizada abaixo do retângulo já mencionado; em preto, contém a segunda parte do texto do logotipo, “AUDIO” (não acentuado), em letras brancas, aparentemente compostas pela mesma fonte, mas com peso *bold* (exceto pela letra “A” que parece ter peso diferente, ou seja, normal). Por estar localizado na parte de baixo do pentágono, o texto nos dá a impressão de não aproveitar bem este espaço, como se pudesse estar mais para baixo e não quase no limite da linha superior. A fonte utilizada no logotipo tem um traçado mecanizado, sem nenhuma aproximação com a escrita manual.

Por outro lado, na parte superior da parede, encontra-se o endereço do *site* da empresa, este sim composto por letras muito próximas da escrita cursiva, com um traçado mais solto, sem padrão para tamanho, proporção, linha de apoio ou de altura-x (vide, por exemplo, a letra “u”, quase tão alta quanto a ascendente da letra “d”, ou o conflito entre o “g” e o “a”). Composta em fonte sem serifa e caixa baixa, tem orientação horizontal, inclinação regular e peso normal (exceto pelo primeiro “w”, mais grosso que os demais) e entreletra de médio a espaçado. Sua composição desvia da linha de apoio no encontro das letras “gau”, que se diferenciam das demais, que estão alinhadas em sua base; já quanto à altura-x, é variável.

Quanto ao alinhamento, não podemos determinar – diríamos que se trata de texto sem alinhamento definido.

Depois dos textos, observamos os elementos decorativos, e o primeiro que chama a atenção é a ilustração de um amplificador, localizada ao lado do logotipo e que, justamente por sua localização, interfere na leitura do mesmo; como são relativamente do mesmo tamanho e têm as mesmas cores, tal proximidade atrapalha e confunde o leitor mais distante. Sua composição se dá em preto no fundo branco, além de uma lateral em cinza; está inclinado em relação ao resto da peça; linha e círculos, não necessariamente alinhados e bem acabados, completam o espaço, sem a presença de maiores detalhes. Do círculo maior, saem raios em vermelho, que devem estar ali para simular a emissão de sons, ou as ondas sonoras; estes raios seguem do outro lado das janelas, como se as atravessassem.

Os outros elementos decorativos, além do amplificador e dos “raios sonoros”, estão representados também um microfone e uma nota musical que aparece repetidas vezes, em diferentes tamanhos e graus de acabamento, como que saídas do microfone e distribuídas (de forma desequilibrada) ao longo do espaço; ambos têm traçado preto, sendo que o microfone apresenta tons de cinza e parece mais elaborado que os demais elementos, gráficos ou estéticos.

Um quinto elemento decorativo está presente na base do letreiro e representa uma escala de som, composta por quadradinhos verdes empilhados (de forma equilibrada e alinhada, lembrando o *display* de alguns aparelhos eletrônicos). Estes elementos representam certa unidade, por sua repetição, mas podem também dar a impressão de redundância e exagero.

Sobre o fundo, já afirmamos que é branco, mas existe também uma faixa em preto que funciona como base para o letreiro, de onde saem, inclusive, a escala de som de que falamos acima. Destaque para o encanamento aparente à direita da peça, que acompanha a pintura

quando em preto ou em branco, mas não a escala em verde, o que causa uma ruptura, uma fragmentação neste elemento, ou seja, percebe-se certa falta de continuidade no mesmo. Como o encanamento, as janelas também compõem o letreiro, mas suas grades em preto e os vidros em tom de cinza acabam meio “camuflados” no meio dos outros elementos de mesma cor.

Já um elemento da superfície, também presente antes da elaboração do letreiro como as janelas e o encanamento, teve participação positiva em sua composição: são os frisos localizados na parte superior da peça; é verdade que o menor deles, ao lado do *site*, teve pintado por cima uma nota musical, e esta sobreposição não teve bom resultado, pois interfere na leitura da imagem; mas, com relação ao friso maior, localizado abaixo do *site*, podemos afirmar que contribuiu para a organização formal da peça, pois seu relevo diferenciado exerce o papel de separação de elementos e equilíbrio formal, mesmo que não de forma definitiva. Já a placa de rua, na extrema esquerda da parte superior da parede, não interfere na leitura, pois está, de modo geral, bem alinhada em relação à construção.

Ao analisar o letreiro como um todo, podemos afirmar que sua organização formal não é boa, com muitos elementos aglomerados lado a lado, bem como a repetição de alguns deles, como as notas musicais, os raios vermelhos e a escala de som – esta última de forma bastante monótona –, o que não traz um equilíbrio positivo à peça; se eles estivessem de alguma forma melhor distribuídos, talvez pudessem ter uma melhor contribuição visual. Com relação às letras, as utilizadas para compor o *site* parecem entrar em conflito com as do logotipo, resultando numa incongruência ao colocá-las juntas num mesmo espaço. Portanto, o grau de pregnância de sua forma é de médio a baixo, apesar de constituir uma ideia criativa e diferente do convencional, mesclando detalhes coloridos a um layout em preto e branco.

4.2.4 LETREIRO N° 4



Figura 17: Letreiro pintado à mão para estabelecimento comercial localizado na Avenida Bento Gonçalves, em Porto Alegre. Fonte: arquivo da autora.

O letreiro apresentado na figura 17 contém diversos elementos gráficos, que podemos dividir da seguinte forma: texto, ilustração, fundo e assinatura. Começamos a análise pelo texto, no qual percebemos ainda dois momentos distintos: título e informações complementares.

No título, temos uma escrita em inclinação ascendente, composta por fonte em caixa-alta, sem serifa, entreletras justo, entrelinhas também justo, inclinação regular e peso variável, visto que na primeira linha as letras são mais alongadas e têm peso normal, enquanto na segunda linha a fonte é mais comprimida e apresenta peso *bold*; ainda sobre o título, está ajustado de forma centralizada, o que é bastante perceptível pelas palavras da segunda linha. As cores utilizadas nestes elementos foram o marrom claro na primeira linha, com certo

contorno em preto (provavelmente utilizado para delimitar o desenho das letras), e o amarelo na segunda linha, com leve contorno em branco (que pode ser fruto da própria junção do fundo com as letras; caso estas tenham sido pintadas antes daquele, o autor provavelmente cuidou para não invadir o desenho das mesmas). Com relação ao conteúdo, como já afirmamos, trata-se do título, ou seja, o nome do estabelecimento, “Recanto Gaúcho Zé Viana”, sendo provavelmente “Zé Viana” o dono do “Recanto Gaúcho”.

Na parte de baixo da peça, encontramos mais texto, por sua vez também composto por fonte em caixa-alta, não serifada, entreletras variável – visto que na primeira linha este é muito justo e na segunda, composta por números, o entreletras e espaçado – e o entrelinhas apresenta bom espaçamento, o que quer dizer que esta configuração facilita a leitura da peça, de acordo com o que vimos anteriormente na classificação dos tipos e sua relação com a legibilidade. Já a inclinação é regular, peso *bold* tanto nas letras quanto nos números, e o ajuste do texto se dá à esquerda.

As cores utilizadas para compor esta parte da peça foram o marrom claro, novamente na primeira linha, e o vermelho, na segunda linha, sendo que no primeiro caso aparece novamente o contorno em preto, mesmo que leve, enquanto na segunda linha não há contorno aparente. Aqui, o conteúdo do texto esclarece a função do estabelecimento comercial apresentado, ou seja: local onde podem ser encontrados “artigos tradicionalistas”. O telefone de contato também aparece aí e conta com um elemento de organização da informação: o ponto.

De modo geral, o alinhamento dos elementos textuais não é rígido: não há um diagrama de colunas, por exemplo; da mesma forma, podemos perceber que a escrita não segue nenhum padrão de apresentação, como linha de base ou altura-x determinadas, principalmente no caso do número de contato do estabelecimento, que podemos classificar de descuidado, e que demonstra também certa diferença entre a composição das letras e dos

números. Falando do estilo, a primeira parte parece mais próxima do universo do gaúcho – tradicionalmente retratado como um homem rústico, que veio do meio rural – pois foi composta por uma fonte aparentemente mais rígida que a da segunda parte, que por sua vez não parece a mais indicada para esta proposta, tendo uma influência mais jovem e urbana.

A assinatura, que aparece no canto direito inferior da peça, também se apresenta na forma de texto, mas preferimos analisá-la separadamente porque este elemento é bastante importante, já que possibilita a identificação e o contato com o autor. Composta por fonte em caixa-alta, sem serifa, entreletras justo, entrelinhas médio, inclinação regular e peso normal, seu alinhamento é ajustado à esquerda, o que é contraditório visto que o texto está localizado à direita da peça. Sem contorno, esta fonte é mais simples que as apresentadas anteriormente, bem como se apresenta em menor escala, e foi composta em vermelho. Com relação à composição do contato da assinatura (número de telefone), este se difere do contato do estabelecimento pela ausência de qualquer elemento de separação dos algarismos, visto que no primeiro caso havia um ponto com esta função. Aqui, como também no primeiro caso, se observa algum desleixo na composição dos numerais, que estão desalinhados, sem um eixo padrão; tal característica pode indicar a falta de prática do profissional em desenhá-los ou mesmo a intenção de personalizar a escrita (com referência a confecção da peça), assemelhando-a a uma escrita feita à mão.

Analisando a ilustração e o fundo, podemos afirmar que o pintor-letrista trabalhou claramente com elementos da tradição gaúcha. Em primeiro lugar, a ilustração, espécie de caricatura, é apresentada à direita da peça e representa um gaúcho em trajes típicos: bombacha, chapéu, lenço e botas; com relação ao tipo humano retratado, também apresenta características de um homem do campo, principalmente pelo bigode (bastante usado no RS) e barriga protuberante. As cores utilizadas estão bastante equilibradas (cores neutras como o branco, o bege e o marrom, mais o azul claro da camisa e o vermelho dos acessórios – talvez

relacionados à rivalidade esportiva Grêmio-Internacional). De forma geral, a figura é harmoniosa, proporcional e com bom acabamento; só peca por estar desenhada logo acima do texto, o que acaba por interferir na leitura deste, pois, além de invadir a linha imaginária que define e altura das letras, a cor utilizada na composição da bota do gaúcho é muito parecida com a que compõe as letras e, vistas a certa distância, podem dar a impressão de ser uma única coisa.

O fundo desta peça é um caso à parte. Olhando de longe, ele chama a atenção, pois utiliza cores que representam a bandeira do Rio Grande do Sul: verde, vermelho e amarelo. Logo, trata-se de uma combinação conhecida dos gaúchos e sua utilização não causa estranheza principalmente pelo fato de anunciar uma loja justamente de artigos da tradição deste povo; dito isso, podemos concluir que o pintor-letreiro foi feliz na escolha das cores para a composição quanto à temática do letreiro. Mas existe um grande problema na forma como este fundo foi composto, pois foram utilizados tipos diferentes de linhas (em função da divisão das cores) que dão impressões de movimentos diferentes, o que acaba tirando a atenção do leitor sem ele nem mesmo se dar conta por quê. No caso da separação entre o verde e o vermelho, metade da linha foi feita de forma elaborada, parecida com um picote, enquanto a outra metade simplesmente seguiu reto até o final do espaço, de forma ascendente (acompanhando o texto). Já entre o vermelho e o amarelo, forma-se o desenho de uma onda, pois a linha começa relativamente inclinada de forma ascendente, mas, depois de uma curva, termina de forma descendente. O resultado não é coerente: um triângulo verde, uma tira vermelha em formato de fita e uma onda amarela.

Considerando que o fundo é determinante para a legibilidade de uma peça gráfica, podemos afirmar que no primeiro caso – limite entre o verde e o vermelho – a linha picotada atrapalha a identificação do texto escrito por cima; talvez por isso o autor tenha mudado de ideia no meio da composição, compondo uma linha simples, que interfere menos na leitura. Já

entre o vermelho e o amarelo, apesar de representar um movimento estranho e desnecessário (talvez simule a bandeira tremulando), esta linha não interfere diretamente na leitura do letreiro.

Analisando a peça como um todo, percebemos um excesso de informação em um espaço relativamente pequeno. As cores que, num primeiro momento, serviram para chamar a atenção e destacar o estabelecimento, acabam desequilibrando o letreiro, principalmente quando mencionamos a falta de unidade das cores utilizadas para compor o texto (o marrom aparece duas vezes, o vermelho também duas vezes e o amarelo uma vez). Também os diferentes movimentos presentes na peça, com textos de inclinações diferentes e linhas que vão para lados diversos, causam impressões conflitantes, sem uma boa continuidade e com pouca simetria. Por isso tudo, podemos classificar esta segunda peça como de baixa pregnância, pois os elementos visuais apresentam uma organização formal negativa. De modo geral, não percebemos no conjunto referido nenhum cuidado especial para a função comunicativa da peça; o que vimos foi a busca por um letreiro mais estético, que apresentou identificação com elementos simbólicos do povo gaúcho.

4.2.5 LETREIRO Nº 5



Figura 18: Letreiro pintado à mão para estabelecimento de serviços de Canoas, localizado na Avenida Boqueirão. Fonte: arquivo da autora.

Para este estabelecimento que oferece assistência técnica de eletrodomésticos, o pintor-letrista elaborou um letreiro de acordo com um diagrama simples, que divide elementos como texto, logotipo, ilustrações e assinatura; como o fundo é homogêneo, composto por uma única cor (amarelo), não precisaremos analisá-lo separadamente, somente em relação aos outros elementos.

Começamos por subdividir o elemento texto em outros quatro, a saber: título (identificação do estabelecimento), telefone de contato, identificação do imóvel e informação complementar, os quais analisaremos a partir de agora. Normalmente, considera-se como título o nome do local, mas, neste caso, o elemento vem expresso no logotipo, do qual falaremos mais à frente; o título, aqui, se refere à especificação do serviço prestado no local, que é a informação que mais se destaca na peça, por sua proporção e localização em relação

aos outros elementos. Composto em fonte sem serifa, caixa-alta, orientação horizontal, inclinação regular e peso *bold*, o título apresenta ainda entreletras justo e entrelinhas médio, bem como alinhamento centralizado, se for considerado como extensão do logotipo, que se encontra à sua esquerda; a cor utilizada pelo pintor-letrista para sua composição foi o vermelho e suas linhas de apoio e de caixa alta foram respeitadas, apesar de o título ter sido composto muito próximo do limite superior da peça.

No título, podemos ver que o autor abreviou algumas palavras, como o “ASSIST.”, de *assistência*, e o “TEC.”, de *técnica*. Este recurso é muito utilizado quando o espaço não comporta as palavras inteiras, mas é preciso sempre ter um cuidado especial para as abreviações, porque não se pode ter certeza que serão entendidas por todos seus leitores; a supressão do acento em “TEC”, por exemplo, poderia dificultar a identificação da palavra, bem como da preposição “de”. Como falamos da acentuação, é preciso atentar para a falta do acento na terceira letra “e” da palavra “ELETRODOMESTICOS”. Outro elemento da escrita utilizado pelo autor da peça e que pode tê-la deixado um pouco mais complexa, foi o & (chamado *e comercial*), inclusive em corpo menor que o resto do texto. Assim, uma frase simples como “assistência técnica autorizada [de] eletrodomésticos e ferramentas”, ficou um pouco menos legível por suas abreviações, supressões de acentos e preposição, além da presença do &.

O contato do estabelecimento, segunda parte do texto, é expresso através do número de telefone, precedido pela palavra “Fone”, mais dois pontos. Os números foram compostos com um tipo semelhante ao do título – centralizado, entreletras justo, entrelinhas médio, inclinação regular e peso *bold* – entretanto apresenta corpo maior e cor azul; foi utilizado, também, um elemento de separação dos algarismos, no caso o traço que, percebe-se, não está centralizado. “Fone:” foi composto também em azul e tem orientação horizontal, mas se diferencia do restante do contato por sua escrita cursiva, inclinação itálica, peso normal, corpo

menor e alinhamento diferenciado, acima e à esquerda dos números; sua linha de apoio e altura-x também foram respeitadas pelo pintor-letrista.

Sobre a identificação do imóvel, está localizado à direita da peça e trata-se do número em relação à rua (Nº 15) e do número da sala do prédio que ocupa (SL. 101), ambos compostos em azul com a mesma fonte utilizada no título e no telefone de contato. Primeiramente, a composição do número do imóvel se dá por fonte sem serifa, em caixa alta, orientação ascendente, inclinação regular, peso *bold*, entreletras justo e entrelinhas médio. Já a identificação da sala utilizada pelo estabelecimento se dá nos mesmos termos, exceto pelo peso, que é normal; diferenciam-se também pelo corpo da fonte, menor no segundo caso. Aqui, atentamos para o pouco espaçamento utilizado entre estas informações e as figuras que se encontram abaixo e das quais falaremos mais à frente, pois tal proximidade poderia confundir o leitor e dificultar a identificação dos elementos e, portanto, a leitura da peça.

O último elemento analisado como texto nesta peça encontra-se a sua esquerda; sua função é informar que, ali, os orçamentos são realizados sem custo nenhum. Para compor esta parte do letreiro, o profissional utilizou duas cores: o preto e o vermelho, sendo o preto para a primeira linha e o vermelho para a segunda. No primeiro caso, a palavra “ORÇAMENTO” foi composta em fonte sem serifa, caixa alta, orientação ascendente, inclinação regular e peso normal, com entreletras justo e entrelinhas médio; a fonte utilizada difere das dos outros elementos textuais, sendo mais simples e bastante legível. Abaixo, a palavra “GRÁTIS” está composta também em fonte sem serifa, caixa alta, orientação ascendente e inclinação regular, mas seu peso é *bold* e o corpo do tipo é maior; a fonte é também diferente das demais, mais arredondada, lembrando um pouco a letra manuscrita. Ainda sobre a apresentação destas informações, o pintor-letrista utilizou um elemento esquemático: o sublinhado, que serve para destacar uma informação; este elemento, repetido de acordo com o número de palavras, acompanha a cor, a orientação e a espessura do traço da palavra que destaca.

Após a descrição/análise dos elementos textuais, partimos para a análise do logotipo, que aqui tem como papel indicar o nome do estabelecimento e se encontra na extrema esquerda, na parte superior da peça. Composto por um tipo de elipse azul, abriga dentro desta figura a palavra “LEMATEC” em amarelo, que é a cor do fundo. Esta combinação causa um efeito interessante, pois as letras parecem o resultado da sobreposição de uma elipse que conteria as letras “vazadas” (como que perfuradas), e sua sobreposição deixaria o amarelo “preencher” os espaços vazios da figura; existe aqui ainda um bom contraste entre as cores da elipse e das letras (fundo).

Não sabemos se este elemento foi criado pelo pintor-letrista, ou apenas copiado por ele. A fonte utilizada no logotipo se assemelha com aquela da palavra “GRÁTIS”, mais abaixo, pelo traçado arredondado; ao mesmo tempo, parece mais rígida, mais mecânica que aquela. Suas características formais são as seguintes: fonte sem serifa, caixa alta, orientação horizontal, inclinação regular e peso normal; tem entreletras médio e ajuste centralizado.

Com relação às ilustrações, temos dois momentos: o primeiro deles se trata da representação de aparelhos como ferro de passar roupas, furadeira e ventilador, e o outro da representação das marcas dos aparelhos trabalhados pelo estabelecimento. Os aparelhos são num total de seis, sendo distribuídos de dois em dois ao longo da peça, um acima do outro: os dois primeiros estão à esquerda da peça, abaixo de “ORÇAMENTO GRÁTIS”; os dois seguintes no meio do letreiro, entre as duas portas; já os dois últimos estão à direita da peça, abaixo da identificação do imóvel. Podemos afirmar que as imagens têm um traçado realista e com muitos detalhes, mas, se comparados entre si e de acordo com o tamanho dos aparelhos reais, percebe-se que a escala de representação das mesmas não foi respeitada.

Também a representação das marcas pelo pintor-letrista foi de acordo com as originais, ou seja, as marcas foram copiadas de forma adequada, tendo respeitadas as cores e os traçados reais. Sua posição na peça é centralizada, entre as duas portas, abaixo do telefone

de contato e da ilustração de dois aparelhos, com espaçamento justo entre as imagens e médio entre as linhas.

Por fim, a assinatura do pintor-letrista está localizada no extremo inferior da peça, à direita, e é bastante discreto, como deve ser: composto em preto, traz o nome do profissional (sublinhado) e, abaixo, o número de contato com traço de separação entre os numerais, tudo composto em letra manuscrita preta. À distância, não é possível identificar do que se trata, mas ao chegar mais próximo, percebe-se que está bastante nítida. Não interferem no todo da composição, mas possibilita novos trabalhos para o profissional.

Analisando o letreiro de forma integral, percebemos em primeiro lugar que a fonte que compõem o título lembra bastante aquela que vemos nos supermercados (vide figura 19), anunciando as promoções em cartazes fixados nas prateleiras, principalmente o traçado do C, do O e do S. Isso pode ser explicado por uma questão de influência visual (o autor do letreiro viu e se baseou nesse exemplo) ou de prática anterior (o autor trabalhou anteriormente compondo as ofertas de um supermercado).



Figura 19: Sequência para desenho de fonte utilizada em supermercado e exemplo de letreiro de oferta. Fonte: Blog Nosso Tipo.

Outro detalhe que podemos indicar se refere ao contraste entre as cores dos textos e de fundo. A cor utilizada pelo pintor-letrista para a composição do título foi o vermelho, que não

tem muito contraste com o amarelo do fundo, por serem ambas cores quentes. Já na composição do contato do estabelecimento, o profissional utilizou o azul que, por ser uma cor fria, se destaca em relação ao amarelo, criando um contraste muito positivo entre texto e fundo. Se o objetivo era destacar mais o número de telefone do que o serviço ali oferecido, então o profissional acertou sua escolha.

Apesar disso, existe um equilíbrio muito grande entre as cores utilizadas nos elementos textuais deste letreiro; tanto o azul quanto o vermelho, que são as cores mais utilizadas, não geram conflito entre si – até mesmo o preto, que se destaca na palavra orçamento, na marca “DeWalt” e no desenho da cafeteira, apesar de aparecer também em outros detalhes, ajuda a equilibrar a peça de forma positiva.

É verdade que alguns elementos poderiam ter sido melhor trabalhados, ou as suas localizações modificadas em alguns centímetros, para uma melhor distinção entre os mesmos; podemos afirmar, entretanto, que a peça apresenta uma ótima organização visual, pois seu autor trabalhou conceitos como ordem, proximidade e semelhança de elementos, boa continuidade, simetria e ritmo, o que acabou contribuindo para uma harmonia visual bastante eficaz. Além disso, seu diagrama, apesar de simples, é bastante claro. Por todos estes pontos, classificamos o letreiro como de média a alta pregnância da forma.

4.2.6 LETREIRO Nº 6



Figura 20: Letreiro pintado à mão para restaurante localizando na Avenida Bento Gonçalves, em Porto Alegre.
Fonte: arquivo da autora.

O último letreiro selecionado para análise foi escolhido por dois motivos: primeiro, por priorizar a escrita cursiva, no caso a única utilizada; além disso, sua escolha se deu também porque a peça ter um formato bastante utilizado em estabelecimentos diversos, que é o de simplesmente identificar o nome e o tipo de serviço oferecido no local. Aqui, além desses elementos textuais, temos uma ilustração que, de forma criativa, apresenta o número de identificação do imóvel; além, é claro das cores de fundo, que variam de acordo com o trecho, e dos elementos da construção: portas, fios e caixa com medidor de eletricidade, presentes antes da elaboração do letreiro, e a pichação, feita posteriormente.

Em primeiro lugar, o elemento textual, predomina neste letreiro, sendo o título repetido tanto na fachada baixa como na fachada localizada acima da marquise; a diferença entre as duas apresentações é que a segunda traz somente o nome fantasia do local

“Manjeriçã”, enquanto a de baixo, além do nome, especifica o serviço através da palavra “Restaurante”.

Sobre sua composição formal, já afirmamos que a escrita é cursiva. Além disso, podemos perceber sua orientação horizontal, inclinação regular, peso *bold*, entrelinhas justo e alinhamento centralizado, além da linha de base e da altura-x seguirem certo padrão nas três palavras. A cor utilizada foi o vermelho que, em comparação com o fundo salmão (em baixo, menor contraste), parece ter um tom mais rosado do que quando está composto em fundo branco (em cima, maior contraste). Para completar, o pintor-letreiro elaborou um sombreado em preto que sugere um estilo em terceira dimensão e que auxilia no contraste com o fundo.

Ao se comparar a escrita de cima da marquise com a localizada abaixo, podemos perceber uma diferença no corpo da fonte, sendo que a utilizada em cima apresenta corpo maior que a utilizada em baixo. Isso se explica pelo fato de as duas escritas, apesar de dizerem a mesma coisa, terem funções diferentes: a de cima, maior, procura ser legível à distância – no trânsito, por exemplo, ou do alto de um ônibus –, enquanto a de baixo, um pouco menor, visa aos leitores que passam em sua calçada e vêem de muito perto o letreiro.

A ilustração de uma panela veio a calhar neste letreiro minimista, pois parece estar ali somente para servir como base para o número do imóvel em relação à rua, sendo seu traçado também muito simples. Por representar uma panela, está de acordo com a temática do letreiro e, por consequência, com o serviço oferecido no estabelecimento. Sobre sua composição, é branca com detalhes em salmão e preto, que também é a cor de seu contorno. Nota-se também que o cabo da panela está pintado com a mesma cor do fundo, e seu destaque se dá através do contraste do contorno em preto. É estranho, porém, o fato de os detalhes que cercam o número “4461”, apesar de terem o mesmo formato, serem de um lado branco e de outro salmão – talvez por um descuido de seu autor. O número também aparece em preto, com um traçado

mais solto, não rígido, para acompanhar a informalidade da escrita cursiva. Sua localização, no centro das duas portas do estabelecimento, também agrada.

Sobre o fundo, foram utilizados tons diferentes da mesma cor (salmão, como já afirmado) na fachada, e o branco utilizado na parte de cima destacou bastante a peça. Da mesma forma, a ilustração da panela também se destaca de forma positiva. Ajudou, também, a pintura em branco da parte de baixo da marquise, pois assim o salmão não pode dominar totalmente o espaço visual, e as lâmpadas instaladas ali não se destacam em excesso. Já as portas e a caixa de eletricidade, mesmo que em cor diferente do resto da composição (marrom e cinza), parecem não destoar, visto que não desempenham papel determinante na mesma, que também é o caso dos fios pendurados sobre a palavra “Restaurante” e a pichação. É preciso destacar ainda a textura apresentada na parte de baixo da parede, que teve um acabamento mais bruto que a parte em que consta o título; ali também parece ter depositado mais fuligem do que no resto liso da peça.

Considerando-se uma distância mediana para a leitura deste letreiro, podemos afirmar que ele é bastante legível, por sua composição simples e direta. Com alguma distância, talvez não seja tão legível se comparado a um texto composto em caixa alta, no mesmo tamanho. Mas é inegável a originalidade com que esta peça foi elaborada, com sua escrita ritmada e sua unidade com relação à cor, a proximidade de elementos semelhantes e a clareza de apresentação e organização dos elementos formais.

Também podemos afirmar que a disposição dos elementos textuais está equilibrada, sendo que a localização da palavra “Restaurante”, um pouco deslocada para a direita em relação à palavra “Manjericão”, parece ter como objetivo justamente equilibrar a fachada de baixo com a de cima, da qual já mencionamos o maior corpo utilizado para compor a escrita. Já a influência de muitas linhas retas, compostas naturalmente pelas portas, caixa de luz, marquise e da própria fachada, fez com que parecesse natural a orientação horizontal e o

alinhamento dos elementos textuais; com isso, podemos dizer que a forma seguiu as linhas, o que gerou similaridade e equilíbrio formal. Mais uma vez, classificamos como de média a alta a pregnância da forma de um letreiro aqui apresentado.

4.3 RESULTADO DA ANÁLISE DOS LETREIROS

Com as informações obtidas através da análise dos letreiros selecionados, apresentamos a seguir um quadro onde buscamos reunir as principais características presentes nas peças, ou seja, seus elementos formais. Não pretendemos, com isso, definir as características da produção dos pintores-letristas em Porto Alegre e Região Metropolitana (visto que nosso limitado *corpus* não nos permite fazê-lo), mas, sim, esquematizar e comparar as informações básicas referentes aos letreiros aqui apresentados.

	texto	imagem	logotipo	assinatura	diagrama	cor
1	sim	não	não	não	sim	sim
2	sim	sim	não	sim	não	sim
3	sim	sim	não	não	sim	sim
4	sim	sim	sim	não	sim	sim
5	sim	sim	sim	sim	sim	sim
6	sim	sim	não	não	não	sim

Tabela 2: Elementos utilizados na composição dos letreiros.

Assim, podemos afirmar que nosso *corpus* foi composto, na maior parte, de letreiros elaborados através da junção de texto e imagem, sendo a assinatura uma característica que não apresentou presença marcante. Já o diagrama, mesmo que rudimentar, está presente na maior parte das amostras aqui apresentadas. Por último, a utilização de cores no layout se mostrou presente em todas as peças, com maior ou menor grau de uso, dependendo da proposta.

Considerando o texto como o elemento fundamental para todas as peças aqui mostradas, formamos também um quadro relacionando a configuração dos textos de cada peça, de forma que podemos acompanhar abaixo o esquema de variação destas características.

	fonte	composição	inclinação	peso	entreletras	entrelinhas	alinhamento	orientação
1	sem serifa	caixa alta	regular	<i>bold</i> e normal	justo e médio	espaçado	centralizado	vertical e horizontal
2	sem serifa	caixa alta	regular	<i>bold</i> e normal	justo e espaçado	justo e médio	centralizado e à esquerda	ascendente e horizontal
3	sem serifa	caixa alta e baixa	regular	<i>bold</i>	justo	não se aplica	sem alinhamento	horizontal
4	serifada e sem serifa	caixa alta e baixa	regular	<i>bold</i> e normal	médio	justo	centralizado e à direita	horizontal
5	sem serifa e cursiva	caixa alta e baixa	regular e itálica	<i>bold</i> e normal	justo e médio	médio	centralizado	ascendente e horizontal
6	cursiva	caixa alta e baixa	regular	<i>bold</i>	justo	justo	centralizado	horizontal

Tabela 3: Relação das características dos textos utilizados nos letreiros.

Com este segundo quadro, podemos afirmar que nosso *corpus* apresentou predominância de composição por fonte sem serifa, que é considerada pouco legível quando em textos longos, mas que pode ser utilizada sem prejudicar a legibilidade quando se trata de peças com textos curtos. Outra característica importante das letras não serifadas corresponde a sua desvinculação com a escrita manual, diferentemente da letra serifada e, é claro, da própria escrita cursiva; com isso, podemos perceber uma tentativa, por parte dos profissionais que elaboraram os letreiros aqui apresentados, de se afastar de uma escrita mais informal, ou seja, apresentando certa aproximação com o institucionalizado, mecânico e industrial. Ainda assim, podemos perceber algumas características que aproximam as letras sem serifa utilizadas então da composição manual, como a inclinação do eixo das letras ou o traçado maleável, que se afina ou se alarga ao longo das mesmas.

Sobre a composição em caixa alta ou baixa, podemos dizer que os pintores-letristas preferiram utilizar a caixa alta, na maioria dos casos, nas principais informações do letreiro –

mesmo que em conjunto com outros tipos de composição em outras partes da mesma peça –, o que acaba por facilitar a leitura destas informações curtas e rápidas, também a certa distância. O mesmo devemos afirmar sobre a preferência pelo uso de letras com inclinação regular, pois vimos que se optou pelo itálico raramente, apenas para detalhes – de fato, acertadamente; lembrando que a fonte itálica indicaria também certa proximidade com a escrita manual.

O peso das letras foi algo que surpreendeu, pois sabe-se que a utilização do *bold* pode dificultar a leitura de um texto se conjugado com um entrelinhas justo, por exemplo; em todo caso, porém, ele está presente e alterna o uso do peso normal com o objetivo de dar destaque ou de chamar a atenção para determinada informação. Tanto o espaçamento entreletras como o entrelinhas variou, em alguns casos apresentando configurações diferentes numa mesma fachada. A orientação do texto que predominou nestas análises foi a horizontal, e o alinhamento mais utilizado foi o centralizado.

A partir das informações aqui levantadas, sem esquecer as especificidades de cada peça, temática, contexto, etc., podemos afirmar que os pintores-letristas buscaram compor letreiros que, antes de tudo, atraíam a atenção dos passantes para o estabelecimento o qual estão anunciando, seja através do uso da cor, de fontes com corpo grande, de ilustrações e de referências criativas. Em segundo lugar, houve certa preocupação com a informação direta, seja respeitando certa uniformidade com relação à temática, por exemplo, ou tamanho e localização das informações principais. Com isso, é perceptível que as peças agradam por sua composição livre e sem muitos limites formais.

Com relação à legibilidade, porém, é preciso admitir que a maioria dos profissionais não observou alguns detalhes importantes, compondo, por exemplo, textos com orientação vertical e pouco espaçamento entrelinhas, entre texto e imagens, e entre as próprias letras, o

que pode contribuir para a dificuldade de compreensão imediata do que é visto, que por consequência acarreta demora na leitura da peça.

Assim, apesar de não podermos afirmar que os letreiros aqui apresentados e analisados de fato comunicam, visto que não propomos a elaboração de um estudo com fins de recepção, não nos equivocamos em afirmar que estas peças foram projetadas e elaboradas com a finalidade de chamar a atenção dos passantes para o estabelecimento que anunciam, bem como que seus autores se preocuparam em apresentar as informações mais importantes com destaque, de forma direta e clara. É preciso considerar, porém, que o processo de leitura e compreensão das mensagens apresentadas nestes letreiros deve se realizar de forma mais lenta e, por vezes, conturbada, se comparado ao processo de leitura de uma peça de design gráfico institucionalizado, dados alguns detalhes que não foram observados pelos pintores-letristas no momento de projetar as peças ou então de elaborá-las.

Apesar disso, contudo, lembramos que o importante é observar o caráter cultural desta prática, ou seja, que estes letreiros trazem consigo uma linguagem própria e são produzidos através de uma prática específica, vista, inclusive, como uma produção alternativa, marginal, e não institucionalizada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um ambiente como o espaço urbano de uma grande cidade contemporânea, é sabido que podemos encontrar os mais diversos elementos visuais, compondo, segundo alguns teóricos, verdadeiras paisagens gráficas. É nesse contexto pós-moderno de influências diversas, heterogêneas porque o são os indivíduos que ali convivem, que o espaço se diversifica, dando voz a realidades e tempos diversos, distintos. E é nesse ambiente que encontramos o objeto de nosso estudo e análise no presente trabalho, ou seja, os letreiros pintados à mão por pintores-letristas, que convivem lado a lado com o design gráfico institucionalizado.

Nosso principal objetivo nesse estudo foi verificar como estas peças representaram seu propósito comunicacional, isto é, através de quais caminhos a intenção de anunciar a presença dos estabelecimentos comerciais, seja de bens ou de serviços, foi proposta e elaborada pelos pintores-letristas. Para isso, buscamos referência nas teorias da comunicação visual e do design gráfico, como forma de observar os elementos e mecanismos que os letreiros têm em comum com o institucionalizado, bem como também aquilo que os diferencia, suas particularidades.

Através do referencial teórico exposto no terceiro capítulo e da análise das peças realizada em caráter exploratório no capítulo seguinte, concluímos que, apesar de a maioria dos letreiros não apresentar os ideais rígidos de legibilidade e clareza da informação, propostos pelo design gráfico moderno, tais peças se aproximam, pelo contrário, dos ideários do design gráfico pós-moderno no que diz respeito principalmente a sua diversidade de influências e liberdade de composição, podendo esta, inclusive, ser vista como alternativa ao estabelecido pelo mercado e difundido nos ambientes acadêmicos.

Segundo afirmou Ana Cláudia Gruszynski (2007), no âmbito do design gráfico, não podemos avaliar os elementos compositivos de uma peça gráfica apenas por seus atributos de

cor, tamanho, textura, etc., visto que seus contextos histórico, social e local também interferem em suas leituras e interpretações. Assim, compreendemos também que, para que o letreiro elaborado pelo pintor-letrista seja lido e interpretado, é necessário considerar não somente os aspectos formais que ele apresenta, mas também seu papel na sociedade enquanto produto de uma prática cultural e informal ainda viva na cidade contemporânea.

Como forma de considerar também o ambiente, o contexto em que se encontram os letreiros, no caso o espaço urbano das grandes cidades contemporâneas, este foi nosso enfoque no segundo capítulo, quando procuramos esclarecer conceitos relacionados à urbe, suas origens, relações entre indivíduos e tendências atuais, também com o auxílio de referencial bibliográfico de especialistas que estudam e pesquisam o universo *cidade*.

Se, segundo Jacques Aumont (1993, p. 77), além da capacidade perceptiva de cada indivíduo interfere na leitura dessa peças gráficas “o saber, os afetos, as crenças, que, por sua vez, são muito modelados pela vinculação a uma região da história (a uma classe social, a uma época, a uma cultura)”, e também para Gomes Filho (2008) esta leitura visual depende da sensibilidade e do repertório cultural, técnico e profissional de cada indivíduo, é preciso que o designer, o artista, o comunicador e o pintor-letrista, ou seja, aqueles profissionais que projetam, produzem e veiculam estas mensagens visuais – bem como aqueles que se propõem a estudar estas manifestações – tenham sempre em mente que, como em todo e qualquer processo comunicacional, é na recepção que a produção de qualquer objeto visual efetivamente se concretiza.

Por isso, antes de tudo, é fundamental que se considere o público para o qual as peças se destinam e o impacto que elas terão no espaço urbano da grande cidade, caracterizada não só pela heterogeneidade de indivíduos, bem como de suas realidades, crenças e gostos, mas também pela velocidade com que estes indivíduos se deslocam no espaço. A elaboração de um projeto gráfico, como afirmamos anteriormente, possibilita que o profissional pense como

desenvolver suas ideias, realize experimentos e faça opções tanto com relação à estrutura formal da peça quanto aos padrões culturais, regionais, etc. do público em questão – e, talvez, a dificuldade de alguns pintores-letristas em elaborá-lo esclareça por que algumas peças não obtiveram o sucesso esperado.

Como na maioria dos casos apresentados no presente estudo, os letreiros foram produzidos para estabelecimentos localizados em ruas movimentadas, grande parte em vias de acesso da periferia ao centro das cidades em questão ou de uma cidade a outra, supõe-se que tenham sido (ou ainda sejam) alvo de olhares de muitos e diferentes indivíduos. Assim sendo, a observação de Dondis, a qual transcrevemos a seguir, resume bem aquilo no que acreditamos: “toda forma visual concebível tem uma capacidade incomparável de informar o observador sobre si mesma e seu próprio mundo, ou ainda sobre outros tempos e lugares, distantes e desconhecidos” (DONDIS, 1997, p. 184). Com isso, queremos dizer que as peças terão impactos diferentes para as diferentes situações de leitura e para os diferentes indivíduos que as visualizam.

Para aqueles sujeitos que participam dos mesmos espaços em que a tipografia popular se faz mais presente, tais manifestações representam sua realidade, seu mundo e muitas vezes passam despercebidas, pois o olhar diário acaba diminuindo a percepção; se percebidas, são lidas e interpretadas sem muito esforço. Já para quem observa determinadas manifestações fora de seu espaço corriqueiro, existem duas possibilidades: alguns desses indivíduos simplesmente não são atraídos pelas peças por estas não se enquadrarem em suas referências pessoais, sendo, quando muito, lidas e esquecidas – às vezes classificadas como esquisitas, excêntricas; a outra parcela, composta por indivíduos detentores de certo olhar crítico, poderá ver além, percebendo tais peças enquanto manifestação popular e prática cultural específica.

Se estes sujeitos forem além da simples observação – ignorando a velocidade ocasionada pelo ambiente da grande cidade contemporânea –, poderão analisar estas

manifestações presenciadas no cotidiano, compreendendo sua função e sua importância. Para tanto, é importante que utilizemos mais vezes nosso olhar crítico e empreguemos mais seguidamente nosso poder de análise: para trazer à tona, mesmo que ao público acadêmico, as possibilidades que o popular e o informal nos oferecem no dia-a-dia das grandes cidades.

Dondis (1997) afirma que quando vemos, não só vivenciamos o acontecimento como também podemos eventualmente descobrir o que nunca antes havia sido percebido ou sequer visto. Segundo a autora, “conscientizamo-nos, através de uma série de experiências visuais, de algo que acabamos por reconhecer e saber, e percebemos o desenvolvimento de transformações através da observação paciente” (DONDIS, 1997, p. 13). Assim, um novo olhar sobre o cotidiano possibilita reconhecer não somente diversas formas visuais, mas também diversas possibilidades de aprendizado. No caso dos letreiros, tirar estes escritos de seu contexto permite reposicioná-los enquanto objeto de estudo e afirmá-los como expressão gráfica e visual. É claro que, por representar uma prática popular, isso não ocorre de uma hora para a outra, mas com o tempo esta prática poderá deixar de ser simplesmente uma manifestação marginal para tornar-se definitivamente objeto de estudo no ambiente acadêmico. A prova disso está no fato de que, a cada ano, há cada vez mais bibliografia referente ao tema, o que reflete um interesse genuíno de pesquisadores do design, das artes e da comunicação, por exemplo. Assim como eles, esperamos ter contribuído, através deste trabalho, para a difusão e o estudo destas manifestações populares e, conseqüentemente, para a conservação de uma memória gráfica popular brasileira.

Sobre o papel desempenhado pelos profissionais letristas, acrescentamos a seguinte declaração de Dondis (1997):

hoje em dia, os artesãos comuns ocupam um lugar especial e esotérico em nossa sociedade. Tudo o que produzem provavelmente pode ser fabricado pela máquina de modo mais rápido e barato, mas se esta é capaz de fazê-lo de modo mais artístico é ainda uma questão em aberto. (DONDIS, 1997, p. 210)

Concordamos com a autora também quando afirma que ainda há muito o que aprender com o artesão (DONDIS, 1997). Como afirma Mike Featherstone (1995, p. 138), “a época contemporânea [...] sugere a circulação veloz de novos estilos (moda, aparência, design, bens de consumo) e a invocação nostálgica de estilos passados” e, segundo Gruszynski (2007, p. 109-110) “o design contemporâneo tem ampliado cada vez mais o universo de suas práticas [...]. Temos vários estilos convivendo e, no estágio atual, não parece haver a predominância de um específico”. Conseqüentemente, e de acordo com o que demonstramos ao longo deste trabalho, o popular (e, dentro dele, o vernacular) enquanto manifestação informal, também seria uma influência para o desenvolvimento desse design pós-moderno ou contemporâneo.

Ainda com relação a isso, e reiterando o que já foi dito até agora, é fundamental incluir nestas *considerações finais* uma observação pessoal de Ferlauto (2002), que diz:

tempos atrás escrevi que *o norte do designer é a cultura*, hoje acrescento a sensibilidade. Ela nos ajuda a identificar na realidade circundante a nossa palheta de cores, o vernacular e o popular que qualificam nossa tipografia, o modo como o olho brasileiro se apropria dessa realidade e do pastiche global que nos empurram olhos adentro. Se não retiramos da vida matéria-prima para nossos designs, não serão os anuários americanos ou europeus que nos ensinarão a fazer um design bem brasileiro. (FERLAUTO, 2002, p. 17)

Assim, pensamos poder acrescentar a opinião de Fátima Finizola (2010) quando de seu estudo sobre os letreiramentos populares. Diz a autora que estas manifestações seriam parte da cultura material do povo brasileiro e da história do design do país ainda antes de sua oficialização enquanto profissão, e que também por isso proporcionariam ricas experiências visuais a serem utilizadas como inspiração para a prática do design formal, institucionalizado. Pensamentos como o de Finizola (2010) possibilitam vislumbrar um cenário promissor, em que talvez se deixe de associar o diferente ao atrasado, como faziam os primeiros

antropólogos ao estudar outros povos, passando a vê-lo como alternativa, como possibilidade, um outro encaminhamento. Como Finizola (2010), acreditamos que os letreiros pintados à mão pelos pintores-letristas funcionam enquanto possibilidade, enquanto alternativa ao design gráfico institucionalizado, além de oferecer diversas influências para os novos movimentos de design gráfico e fontes tipográficas a serem desenvolvidas.

Cardoso (2004) já afirmava que o vernacular estava ressurgindo no design brasileiro, revelando “tensões entre uma visão de design fundamentada em ideais importados e uma outra assentada no reconhecimento das raízes profundas da realidade brasileira” (CARDOSO, 2004, p. 201). Também Dones (2004) acredita que “o resgate de formas esquecidas e marginalizadas, pertencentes à cultura popular [...] sinalizam uma mudança de atitude dos designers, que revelam uma nova relação com seu entorno: buscam-se as particularidades de linguagens locais e regionais” (DONES, 2004, p. 2). E como, para os diferentes profissionais da área, é importante uma atualização constante, que isso seja feito não só acompanhando o que está sendo desenvolvido no mercado e ensinado nas academias, mas também aquilo que é praticado nas ruas de nossas cidades.

Desta forma, acreditamos não ser necessário temer a extinção destas manifestações, pois, apesar de a atuação dos pintores-letristas estar diminuindo no centro das cidades, alguns traços de sua composição estarão presentes nas peças gráficas elaboradas formalmente pelas agências, se o mercado acabar por aceder a esta tendência contemporânea que, como vimos, já é anunciada pelos teóricos. Da mesma forma, acreditamos que a periferia poderá vir a ser definitivamente encarada como fonte de inspiração para as áreas gráficas, artísticas e comunicacionais deste país, que devem acompanhar as alterações culturais que ocorrem nas cidades e sociedades, aliado-as às inovações tecnológicas em desenvolvimento nestas áreas.

6 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Emanuel. *A construção do livro: princípios da técnica de editoração*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira; Brasília: INL – Instituto Nacional do Livro, 1986.

ARRUDA, José Jobson de A.; PILETTI, Nelson. *Toda a História*. 4ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1996.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 1993. – (Coleção Ofício de Arte e Forma)

AZEVEDO, Wilton. *O que é design*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1998. (Coleção primeiros passos)

BRINGHURST, Robert. *Elementos do estilo tipográfico (versão 3.0)*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. 2ª ed. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

CARDOSO, Fernanda de Abreu. *Letreiros pintados à mão: uma análise de seus produtos*. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro, 2005.

_____. *As dimensões do Design Gráfico Vernacular: uma introdução ao universo dos letreiros pintados à mão*. In: Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares, vol. 2, n. 2, p. 7-26, 2005. Disponível em: <http://www.tecap.uerj.br/pdf/v2/cardoso.pdf>, acesso em 14/08/10.

CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. 2ª ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2004.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DECANDIA, Lidia. *O tempo e o invisível: da cidade moderna à cidade contemporânea*. In: Margem (PUCSP), São Paulo, n. 17, p. 181-195, 2003. Disponível em: <http://www.pucsp.br/margem/pdf/m17ld.pdf>, acesso em 26/04/10.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. 2ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DONES, Vera Lúcia. *As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica*. In: 7ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação. Vale do Taquari (RS), 2004. Disponível em

<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18266/1/R0608-1.pdf>, acesso em 30/09/10.

DUARTE, Eduardo. *Desejo de Cidade: múltiplos tempos, das múltiplas cidades, de uma mesma cidade*. In: PRYSTHON, Angela (Org). *Imagens da cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

FARIAS, Priscila L. *Tipografia digital. O impacto das novas tecnologias*. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 1998. (Série design)

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura Global: Introdução*. In: FEATHERSTONE, Mike (Org.). *Cultura Global: Nacionalismo, Globalização e Modernidade*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

FERLAUTO, Cláudio A. R. *O tipo da gráfica, uma continuação*. São Paulo, Edições Rosari, 2002.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Minidicionário da Língua Portuguesa*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FERREIRA JUNIOR, José. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico-visual*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.

FINIZOLA, Maria de Fátima Waechter. *Panorama tipográfico dos letreiramentos populares: um estudo de caso na cidade do Recife*./ Fátima Finizola; orientador: Solange Galvão Coutinho. – Recife: O autor, 2010.

FINIZOLA, Fátima. *Tipografia Vernacular Urbana: uma análise dos letreiramentos populares*. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2010. (Coleção pensando o design)

FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRIEDMAN, Jonathan. *Ser no Mundo: Globalização e Localização*. In: FEATHERSTONE, Mike (Org.). *Cultura Global: Nacionalismo, Globalização e Modernidade*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

FUENTES, Rodolfo. *A prática do design gráfico: uma metodologia criativa*. São Paulo: Edições Rosari, 2006. (Coleção Fundamentos do design)

GOMES FILHO, João. *Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma*. 8ª ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2008.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. *A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade*. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2007.

_____. *Design gráfico: do invisível ao ilegível*. 2ª ed. São Paulo: Edições Rosari, 2008.

HELLER, Steven. *Linguagens do design: compreendendo o design gráfico*. São Paulo: Edições Rosari, 2007. (Coleção Fundamentos do Design)

JACQUES, João Pedro. *Tipografia pós-moderna*. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 1998. (baseDesign)

LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. *Novos fundamentos do design*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole*. In: MAGNANI, José Guilherme C.; TORRES, Lilian de Lucca (Orgs.). *Na metrópole – textos de antropologia urbana*. São Paulo: EDUSP, 1996. Disponível em: <http://www.n-a-u.org/QUANDOOCAMPOCAPI.pdf>, acesso em 25/04/10.

MAIOR, A. Souto. *História do Brasil*. 5ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1967.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUZA, Mauro Wilton de (Org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MARTINS, Bruno Guimarães. *Tipografia popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano*. São Paulo: Editora Annablume, 2007.

MARTINS, Bruno Guimarães; VAZ, Paulo Bernardo Ferreira. *Tipografia Popular: para perceber o ilegível*. In: Alceu, v. 7, n. 13, jul./dez. 2006. Disponível em: http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu_n13_Martins%20e%20Vaz.pdf, acesso em 14/08/10.

MEGGS, Philip B. *História do Design Gráfico*. 4ª ed. norte-americana. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MELLOR, J. R. *Sociologia Urbana*. Porto, Portugal: RÉ-S-Editora, 1984.

MUNARI, Bruno. *Design e Comunicação Visual*. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1997.

NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. 2ª ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 1998. (Série design)

_____. *Tipografia: uma apresentação*. 2ª ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2001. (Série Base design)

NOSSO TIPO: tipografia vernacular. *Blog*. Disponível em: <http://nossotipo.wordpress.com/2010/09/30/tipografia-no-5up3rm3rc4d0/>, acesso em 01/10/10.

OLIVEIRA, Isabel Cristina Eiras de. *Estatuto da cidade; para compreender...* Rio de Janeiro: IBAM/DUMA, 2001. Disponível em: http://www.em.ufop.br/ceamb/petamb/cariboost_files/cartilha_estatuto_cidade.pdf, acesso em 25/04/10.

PEIXOTO, Nelson Brissac. *O Olhar do Estrangeiro*. In: NOVAES, Adauto (Org). *O olhar*. São Paulo: Companhia das letras, 2002.

PEREIRA, Paulo César Xavier. *Cidade: sobre a importância de novos meios de falar e de pensar as cidades*. In: BRESCIANI, Maria Stella (Org). *Palavras da cidade*. Porto Alegre: Editora Universidade/UFRGS, 2001.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. *Comunicação visual e imaginários culturais iconográficos do contemporâneo*. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (e-Compós), abril de 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/62/62>, acesso em 26/04/10.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SILVA, Armando. *Imaginários urbanos*. São Paulo: Perspectiva; Bogotá, convênio Andres Bello, 2001.

THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

VILLAS-BOAS, André. *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. 4ª ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2001. (Série Design)